marketing *europe & anatolia*
Tarih: Temmuz - Ağustos 2017 **Sayı:** 65

retorik
Bu burs bulunursa ülke aydınlanacak...

kelebiğin fırtınası
Doğalımsı doğallara veda...

satır ayracı
Odak...

İlanlarınızı bekliyoruz :)

İşleri dert etmeyin
Doğayı yaşatın ki insanlık yaşasın
Eksantrik
Prodüksiyon
http://www.eksantrik.com
Nasıl olsa bir gün, bir şekilde
birlikte iş yaparız.
Bir Ekşioğlu Medya Grup kuruluşudur.

İçindekiler

marketing
europe & anatolia

Sayı: 65 **Tarih:** Temmuz - Ağustos 2017
İmtiyaz Sahibi
Eksantrik Film Prodüksiyon
P.K.: 112 34725 Fenerbahçe- İstanbul - Tr.

Genel Yayın Yönetmeni ve Sorumlu Yazı İşler Müdürü
Elvin Ekşioğlu
e-mail: elvineksioglu@gmail.com

Haber ve Fotoğraflar
Agency Europe & Anatolia
http://aea.eksantrik.com
aeanews@gmail.com

Katkıda Bulunanlar
Nurgül Eryıldır Günay
Ali Erdem Ekşioğlu
Seval Duban
Kübra Nebioğlu
Yusuf Yener Günay

Danışman
Abdullah Ekşioğlu

İlan Rezervasyon
Gözde Öztürk

Yayın Türü
Süreli Yayın

Yönetim Yeri
Agency Europe & Anatolia
e-mail: meadergi@gmail.com

marketing *europe & anatolia*
Agency Europe & Anatolia tarafından Süreli yayınlanan bir e-dergidir.

Bu yayının tüm hakları Eksantrik Film Prodüksiyon'a aittir. Tamamı ya da bir bölümü yayıncısının izni olmaksızın çoğaltılamaz ve yayınlanamaz.
Tüm ilanların sorumluluğu firmalara, makalelerdeki görüşler ve hukuki sorumluluk yazarlara aittir.
Bu derginin yayınlanma sürecinde hiçbir ağaç zarar görmemiştir.

http://www.meadergi.com
mobil: http://m.meadergi.com
http://www.facebook.com/meadergi
instagram: meadergi
https://twitter.com/meadergi

Bir ***Ekşioğlu Medya Grup*** kuruluşudur.

Kısa Kısa 04 - 07

Teknoloji 10 - 11

retorik 13

Medya Takip Merkezi
Media Monitoring Center

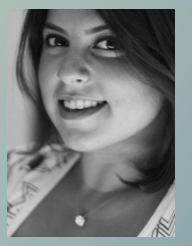
Medya Dünyası 14 - 15

Röportaj 16 - 18

kelebeğin fırtanası 21

Reklam dünyası 22 - 23

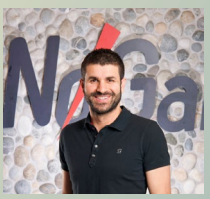
Röportaj 24 - 26



satır ayracı 29

Kampanyalar 31 - 37

Gezi 38 - 43



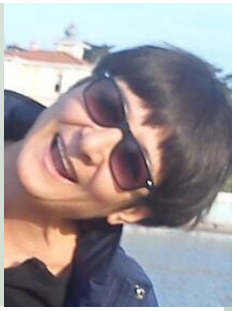
Game On 44 - 45

Kültür Sanat 46 - 47

papyon
organizasyon
Kongre ve Seminerler
Bayi Toplantıları
Basın Toplantıları
Ürün ve Proje Lansmanları
Festivaller
Şirket Piknikleri
Konser Etkinlikleri
Açılışlar
Grafik Tasarım
www.papyon.com.tr
Papyon Organizasyon Reklam Turizm San. ve Tic Ltd. Şti.
Fener Kalamış Cad. Yelken Sokak No: 1/4 Kalamış, Kadıköy / İSTANBUL T: 0 216 349 50 62 F: 0 216 349 50 47

Elvin Ekşioğlu / *elvin@eksantrik.com*

(editörden)



İlanlarınızı bekliyoruz :)...

Merhaba,

Marketing Europe & Anatolia'da ilk önce sinema yazıları yazan daha sonra game-on sayfalarımız ve teknoloji editörlüğümüzü yapan değerli yazarımız Ali Erdem Ekşi dünya'nın en iyi sinema üniversitesi New York Film Academi'nin Lisans Bölümüne %35 bursla kabul edildi. Mutluyuz gururluyuz :)

marketing europe & anatolia, beş yıl boyunca hiçbir güç odağına bağımlı olmadan, kalemini satmak bir yana kiraya dahi vermeden, bağımsız, tarafsız, korkusuz, doğrudan yana bir yayın politikasını sürdürdü. Birçok sermaye grubu tarafından desteklenen yayın organlarının bağımsızlığını koruyamadığı, hatta yayın hayatını sürdüremediği ülkemizde tamamen kendi imkanlarımızla dimdik durmanın önemli olduğunu düşünüyorum.

Yapılması gereken, yapılabilecek daha çok şey olduğunu biliyoruz. Fırsat buldukça süreklilik sağlayabileceğimize inandığımız yenilikleri yapmaya devam ediyoruz. Ancak bunların hepsi maliyetleri olan çalışmalar. İlanlarla bizi desteklerseniz daha çok yenilikler yapmak istiyoruz.

Sevgiyle kalın...

Huawei Sürdürülebilirlik Raporu...

Dünya Ekonomik Forumu'nda sürdürülebilir büyüme ve kurumsal sosyal sorumluluk taahhüdünün bir parçası olarak Duyarlı ve Sorumlu Liderlik Sözleşmesi imzalayan Huawei, sürdürülebilir stratejisini uygulamak amacıyla 2016 yılında da çalışmalarına devam etti. 2016 Sürdürülebilirlik Raporu'nun sonuçlarını değerlendiren Huawei Yönetim Kurulu Başkanı Sun Yafang, "Huawei olarak stratejik hedeflerimizin bir bütün olarak toplumun uzun vadeli hedefleri ile uyumlu olmasını sağlayacağız. Sürdürülebilir değer yaratmaya kararlıyız ve kısa vadeli çıkarlarımız için uzun vadeli ekonomik ve sosyal refahı feda etmeyeceğiz" şeklinde konuşurken, sözlerini şöyle sürdürdü: "Huawei olarak, sürdürülebilir, daha iyi bağlantılı bir dünya kurmayı amaçladığından, şirket Birleşmiş Milletlerin Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine (SDG) bağlı kalmayı sürdürüyoruz. Stratejik odaklanmaya devam ederken, kilit alanlardaki atılımları sabırla kendimize uyguluyoruz. BM'yi Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ni desteklemek bizim sorumluluğumuz ve bunu ciddiye alıyoruz. Ortaklarımızla kurduğumuz açık işbirliği aracılığıyla, herkesi ve her şeyi birbiriyle bağlantılı hale getirmeyi ve daha sürdürülebilir, daha iyi bağlantılı bir dünya kurmayı hedefliyoruz"dedi.

Huawei Kurumsal Sürdürülebilir Geliştirme Komitesi Başkanı Kevin Tao, sürdürülebilirlik önceliklerini ve hedefini açıkladı. Tao" Sürdürülebilirlikte rekabeti sağlamak amacıyla sürdürülebilir kalkınmada ve risk kontrolünde inovasyon üzerine odaklanacağız. İş dünyası için daha büyük bir değer yaratmak amacıyla sürdürülebilirliği ticari faaliyetlerimize daha fazla entegre edeceğiz. Kurum dışı iletişimlerde, ortaklarımızın güvenini kazanmaya çalışırken gerçeğe dayalı ve objektif kalacağız. Hedefimiz, Huawei'nin uzun vadeli kalkınmasını sürdürebilmesi için sağlam bir ekosistem inşa etmek "dedi.

World Food Istanbul...

Uluslararası Gıda Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı - WorldFoodIstanbul; fayda sağlayacak çeşitli etkinlik ve konferanslarıyla 7-10 Eylül 2017 tarihleri arasındaTüyap'tasektör liderlerini biraraya getirecek…

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de artan nüfus ile doğru orantılı olarak sürekli gelişen ve büyüyen gıda sektörü, bu yıl yine WorldFoodIstanbul'da tüm yönleriyle ele alınacak. Gıda sektörünün ihracat kapısı WorldFoodIstanbul;25 yıllık tecrübesi ve deneyimiyle tüm ilgili profesyonellerin buluşma noktası olacak. 7-10 Eylül 2017 tarihleri arasında gerçekleşecek WorldFoodIstanbul için gerçekleştirilen kapsamlı çalışmalar sonunda bu yıl ziyaretçileri; inovasyon yarışması, birbirinden ilgi çekici konferanslar, geçtiğimiz yıl da profesyonellerin bir araya gelme alanı olan Retail Center, özel etkinlikler ve yurt dışı heyet katılımları bekliyor olacak.

Gıda ürünleri ve teknolojileri ile ilgilisektörü buluşturan Uluslararası Gıda Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı - WorldFoodIstanbul, tüm katılımcıların fayda sağlayabileceği bir platform oluşturabilmek için çalışmalarını sürdürüyor. Bu yıl 25. kez gıda sektörünü bir araya getirerek olan Uluslararası Gıda Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı - WorldFoodIstanbul; T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Türkiye Gıda ve İçecek Sanayi Dernekleri Federasyonu (TGDF), KOSGEB, TÜGİDER ve PAKDER tarafından da destekleniyor. Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi'nde gerçekleşecek olan Uluslararası Gıda Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı - WorldFoodIstanbul; 500'e yakın yerli - yabancı firma ve 1.200'den fazla markanın en son ürün, hizmet ve teknolojilerini sergilemeye hazırlanıyor.

ITE Turkey Gıda Grup Direktörü Semi Benbanaste:Artan nüfusun ve değişen yaşam standartlarının etkisiyle gıda ürünlerindeki ihtiyaçlarda değişiklik gösteriyor. Kişiler,tüm dünyada yetişen her türlü gıda ürününe kolay bir şekilde ulaşmayı bekliyor. Bu durum gıda endüstrisini ve teknolojisinin gelişmesine ışık tutuyor.

Dijital bilgilerin herkese açık mı?...

Sosyal medyanın hayatımıza hızla girmesiyle tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'deki kullanıcılar da sıklıkla kişisel bilgilerini çevrimiçi mecralarda paylaşıyor. Kullanıcıların kişisel verilerini ne kadar çok paylaştığı ise merak konusu olmuş durumda. Araştırmalara göre; tüm dünyadaki kullanıcıların yüzde 95'i bilgilerini dijital ortamlarda paylaşırken, yüzde 79'u çocuklarının fotoğraf ve videolarını, yüzde 62'si ise arkadaş ortamındaki video ve fotoğraflar paylaşıyor. Araştırmaya Türkiye'den katılan internet kullanıcılarının yüzde 42 ise bilgilerini herkesin görebileceği şekilde paylaştığını söylüyor. Bu rakamlara bakarak dijital ortamdaki paylaşımların her geçen gün artığını söyleyen CRM Medya Ajans Başkanı Ramazan Becer, sosyal medyanın tüm dünyayı kasıp kavurduğunu söyledi.Ramazan Becer, "Günümüzün akıllı telefon ve tabletleriyle yeni mobil dünya en verimli şekilde değerlendiriliyor. Her zaman her yerde online olmak ve bunu 3G, 4G gibi mobil altyapılar sayesinde en hızlı şekilde sağlamak kullanıcılar için büyük kolaylık sağlıyor. Bu online durum, her an her yerden paylaşım yapmanın da yolunu açıyor. Ve yolda dahi akıllı telefon kullanma oranı yüzde 83 düzeyindeyken yani dünya bu kadar online iken, dijital dünyaya yatırım yapacak olan firmaları biz çok şanslı buluyoruz. Çünkü pazar her zaman var olacak" dedi. Öte yandan günümüz dünyasında, başkalarıyla bilgi paylaşmanın hiç bu kadar kolay olmadığının altını çizen CRM Medya Ajans Başkanı Ramazan Becer, "Aslına bakarsanız bizim için önemli bilgileri tek bir tuşa basarak paylaşıyoruz. Ama bu paylaşımları yaparken bir an olsun düşünmeliyiz. Çünkü bu verilerin nereye gittiğinden ve nasıl kullanılacağından emin olamazsınız. Dolayısıyla kişisel bilgiler için sosyal medyanın doğru yönetilmesi önemli bir konu."

Geleceğin Patronları Yarışması...

QNB Finansbank, geleceğin patronu olmak isteyen girişimcileri, yatırımcılarla buluşturmak üzere 5 Ağustos'a kadar projeleriyle beraber www.geleceginpatronlari.com adresinden başvuru yapmaya çağırıyor. Yarışma, Türkiye'nin her yerinden, iş fikrine ilişkin somut adım atmış ve işini büyütmek isteyen üniversite ve yüksekokul mezunlarını Geleceğin Patronu olmaya davet ediyor

QNB Finansbank'ın, ilk işini kurarak hayallerini gerçekleştirmek isteyen girişimci adaylarına finansman ve bilgi desteği sunmak için düzenlediği "Geleceğin Patronları" yarışmasının dördüncüsü için son başvuru tarihi 5 Ağustos. İstihdam ve katma değer yaratma potansiyeli olan projelerin hayata geçmesini sağlama hedefiyle Geleceğin Patronları Yarışması'nı düzenlediklerini belirten QNBFinansbank KOBİ ve Tarım Bankacılığı Genel Müdür Yardımcısı Onur Özkan, Geleceğin Patronları yarışmasının en önemli ayrıcalığının girişimcilere eğitim desteği sunulması olduğunu ifade etti. Bu yıl Koç Üniversitesi işbirliğiyle ön elemeyi geçen adayların Ağustos ve Ekim aylarında iki ayrı eğitim programına dahil olacaklarını belirten Özkan; "Adaylar Geleceğin Patronları Akademisi'nde eğitim aldıktan sonra projelerini son aşamaya getiriyor ve ardından final sürecimiz başlıyor. Girişimci adaylarının akademik destek aldıkları ciddi bir dönemin ardından yarışma sonuçlanıyor. Desteklem Programı'na ücretsiz katılım hakkı elde ediyor. Yarışmamız yalnızca ödül kazanan ve finale çıkanların değil tüm adayların fayda sağlayacağı özel eğitimlerle gerçekleşiyor. Bunu yarışmamızı farklılaştıran önemli bir unsur olarak değerlendiriyoruz" dedi.

PepsiCo'nun ikinci çeyrek...

PepsiCo, 2017 ikinci çeyreğini, yüzde 3,1 organik ciro artışıyla tamamlayarak mali beklentileri gerçekleştirdi

PepsiCo, 2017 yılının ilk çeyreğinde yakaladığı başarılı grafiği ikinci çeyrekte de devam ettirdiğini gösteren finansal sonuçlarını açıkladı. Yılın ikinci çeyreğinde PepsiCo'nun organik cirosu global ölçekte yüzde 3'ten fazla artış kaydederken ilk çeyrekteki büyüme oranını takip edecek şekilde bir hızlanma görüldü. Organik ciro büyümesi gelişmiş pazarlarda %2 oranında, gelişen ve gelişmekte olan pazarlarda ise %6 oranında gerçekleşti.Şirketin faaliyet kârı sabit döviz kuru bazında %7 artarken hisse başına kârı da yine sabit döviz kuru bazında %13 artış gösterdi.

2017 yılı ikinci çeyrekte gösterilen performansın beklentileri ile aynı doğrultuda gerçekleştiğine ilişkin memnuniyetini belirten PepsiCo Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Indra Nooyi, "Markalarımızın ve portföyümüzün gücü, en iyi uygulamalar ve coğrafi olarak ulaştığımız alanın genişliği, makroekonomik zorluklara ve giderek dinamikleşen perakende dünyasına rağmen güçlü sonuçlar almamızı sağladı.İlk çeyrekte olduğu gibi ikinci çeyrekte de finansal sonuçlarımız beklentilerimizle aynı doğrultuda gerçekleşti. 2017 yılını mali hedeflerimizleparalel bir şekilde sonuçlandırmak için çalışmalarımıza devam ediyoruz" dedi.

Atama...

Coca-Cola Şirketi'nde 2004 yılından itibaren çeşitli sorumluluklar üstlenen, son olarak Coca-Cola'nın İtalya ve Arnavutluk'tan sorumlu Genel Müdürü olarak görev yapan Evguenia Stoichkova, Coca-Cola Türkiye, Kafkasya ve Orta Asya Bölge Başkanı olarak atandı. 23 yıllık profesyonel iş deneyimi bulunan ve Coca-Cola bünyesinde pazarlama ve operasyon alanlarında çeşitli görevler üstlenen Evguenia Stoichkova'nın, hem gelişmekte olan hem de gelişmiş pazarları kapsayan geniş bir coğrafyada tecrübesi bulunuyor. 2012'den itibaren Coca-Cola Türkiye, Kafkasya ve Orta Asya Bölge Başkanlığı görevini yürütmekte olan Galya Frayman Molinas, kısa bir süre önce Global Stratejiden Sorumlu Başkan Yardımcısı olarak atanmıştı. Kariyerine Coca-Cola'nın ABD, Atlanta'da bulunan genel merkezinde devam edeceği açıklanan Molinas yeni atandığı görevinde, Coca-Cola şirketinin global büyüme stratejisi için kritik alanların belirlenmesi konularına liderlik edecek.

Atama...

Anadolu Isuzu'da Pazarlama ve Kurumsal İletişim ve İş Geliştirme birimlerinin başına Selda Çelik getirildi.

Orta Doğu Teknik Üniversitesi İşletme bölümünden mezun olan Çelik, Anadolu Grubu'nda ilk olarak 2005 yılında Anadolu Efes Türkiye'de Pazarlama Uzmanı olarak görev almaya başladı. Uzun yıllar Anadolu Efes Türkiye bünyesinde farklı yönetici görevlerini üstlenen Selda Çelik, en son Nisan 2016 ve Mayıs 2017 tarihleri arasında Anadolu Efes Türkiye Pazarlama Direktörlüğü'nde Marka Direktörü (Efes Pilsen) olarak görev yaptı.

Selda Çelik, 10 Temmuz 2017 itibariyle Anadolu Isuzu'da pazarlama,kurumsal iletişim ve iş geliştirme faaliyetlerinden sorumlu Pazarlama ve Kurumsal İletişim Müdürü olarak göreve başladı.

Vodafone Türkiye'nin yatırmları...

Vodafone Türkiye'nin mobil abone sayısı geçen yılın aynı dönemine göre 0,5 milyon net artış ile 22,8 milyona ulaştı. Şirketin faturalı abone sayısı ise toplam bazın %48,5'ine çıktı.

Vodafone'un 4.5G abone sayısı da birinci çeyrek sonu itibariyle yaklaşık 10 milyona ulaştı. Türkiye'nin 81 ilinde 11 bini aşkın 4.5G iletişim noktası ile hizmet veren Vodafone Türkiye böylece 4.5G'de en geniş kapsamaya sahip operatör olmayı sürdürdü.

Şirketin akıllı telefon penetrasyonu birinci çeyrek sonunda geçen yılın aynı dönemine göre 7 puan artarak %72'ye yükseldi. Vodafone Türkiye abonelerinin veri kullanımı, 2017-18 mali yılı ilk çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine kıyasla %85 artış ile 145 petabyte'a ulaştı. Vodafone Türkiye'nin sabit genişbantta hızlı büyümesi ise devam etti. Birinci çeyrekte geçen yılın aynı dönemine göre 169 bin net abone artışı sağlayan şirketin sabit hizmetler abone sayısı 593 bine ulaşırken sabit hizmetlerden elde ettiği servis gelirleri ise aynı dönemde %39 arttı.

Türkiye'de işletmelerin dijital haritasını çıkarmak ve ihtiyaçlarını belirlemek amacıyla Yarına Hazırım Platformu ile şirketlere fark yaratan Vodafone Türkiye, kurumsal alanda da istikrarlı büyümesini sürdürdü. Vodafone Türkiye CEO'su Colman Deegan şöyle dedi: "2017-18 mali yılının birinci çeyreği, şirket performansımız açısından güçlü ve istikrarlı büyümemizi sürdürdüğümüz bir dönem oldu. Diğer yandan servis gelirlerimizde devam eden çift haneli büyüme de Türkiye telekom pazarının sağlıklı gelişimini sürdürdüğünün, özellikle mobil internet kullanımında ürün ve hizmetlerimize olan güçlü talebin devam ettiğinin göstergesi. 4.5G'nin olumlu katkıları da müşterilerimizin dijital hayatları için bir kaldıraç etkisi yarattı ve veri kullanımları geçen yılın aynı dönemine göre %85 artış kaydetti.

Ülkenin en büyük uluslararası doğrudan yatırımcılarından biri olarak, Türkiye pazarında, ülkeyi dijitalleşmeye taşıyacak uzun vadeli büyüme vizyonumuz doğrultusunda önemli yatırımlar yapmaya devam edeceğiz."dedi.

Salt İletişim Grup üç yeni müşteri...

Sofa Hotel Nişantaşı, Frankie İstanbul ve GreenSpa markalarının stratejik iletişim danışmanlığını Salt İletişim Grup yönetecek.

Farklı sektörlerden birçok firmaya 360 derece entegre pazarlama ve iletişim danışmanlığı hizmeti veren Salt İletişim Grup, müşteri portföyünü genişletmeye devam ediyor. Sofa Hotel Nişantaşı, Frankie İstanbul ve GreenSpa markalarınıntüm stratejik iletişim faaliyetlerini markalara özel ürettiği çözüm ve projeleriyle öne çıkan Salt İletişim Grup yönetecek.

Leo PR'a yeni müşteri...

Leo PR, 31 ülkede faaliyet gösteren seyahat arama sitesi Momondo ile anlaştığını duyurdu. Ajans, markaya medya ilişkileri, pazarlama iletişimi, kriz iletişimi, içerik yönetimi ve etkinlik yönetimi alanlarında hizmet verecek.

2006 yılında Danimarka'da kurulan Momondo, binlerce seyahat sitesi ve hava yolu şirketini tarayarak kullanıcılarının en uygun uçak bileti, otel ve araç kiralama fırsatlarını yakalamasını sağlıyor. Momondo, Türkçe dil seçeneğine sahip ödüllü web sitesi ve mobil uygulamaları üzerinden ücretsiz olarak hizmet veriyor. Leo PR lideri Artanç Savaş, yeni işbirliğini şu sözlerle değerlendirdi: Leo PR'ın müşteri portföyü küresel markalarla genişlemeye devam ediyor.

Leo PR, geçtiğimiz haftalarda da küresel konaklama sektörünün lider firmalarından Hilton ile el sıkıştığını duyurmuştu.

Eksantrik
Prodüksiyon
http://www.eksantrik.com

Bir *Ekşioğlu Medya Grup* kuruluşudur.

Excalibur bir yaşında...

Casper'ın oyunculara özel tasarladığı Excalibur markası, sektörde birinci yaşını kutluyor.

Casper Pazarlama Direktörü Feray Karaman, "Türkiye oyun pazarında 27 milyon oyuncu bulunuyor. Türkiye'de oyuncularınüçte biribilgisayarda oyun oynuyor. Son 5-6 yıldır bilgisayar sektöründe hem globalde hem Türkiye'de bir küçülme yaşanıyor ve pazar daralıyor.

Genel olarak pazar küçülmesine rağmen oyun bilgisayarları kategorisi farklı bir seyir izliyor. Bu kategoride çift haneli büyüme yaşanıyor. Bunun en önemli sebeplerinden biri, oyun bilgisayarı için artan performansın önemi ve bilgisayar yenileme oranının diğer bilgisayarlara göre yüzde 50 daha hızlı olması.

Oyun pazarı cirosu olarak baktığımızda da dünyada önümüzdeki iki yıl içinde yüzde 6'lık bir artış olması bekleniyor. Türkiye 775milyon dolar oyun cirosu ile bu listede on sekizinci sırada. Oyuncuların üçte biri PC'de, üçte biri konsolda, üçte biri de mobil kullanıcı yani akıllı telefon ve tablette oyun oynuyor. 2017'de 170bin adet oyun dizüstü bilgisayarının satılacağını öngörüyoruz dedi.

Samsung The Frame...

Samsung Electronics, mükemmel tasarıma odaklandığı, teknolojide olduğu kadar tasarımda da yenilikçiliğiyle öne çıkan "The Frame" TV Serisini Türkiye'de satışa sundu.

Samsung Online Mağazası'nda cazip ön satış fırsatlarıyla satışa sunulan The Frame'i ön satış kampanyası süresince Samsung Online Mağazasından satın alan herkes beyaz, bej ya da ceviz rengi çerçevelerden dilediği birine ücretsiz sahip olabilecek. Ön satış kampanyası 24 Temmuz – 6 Ağustos tarihleri arasında geçerli olurken tüketiciler dilediklerini hediye seçimini satın alma işlemi sırasında http://shop.samsung.com/tr adresinden yapabilirler.

Sanatsal bir tasarıma sahip olan ve Türkçe'de çerçeve anlamına gelen The Frame, 55 ve 65 inç ekran ölçüleriyle sunuluyor. The Frame TV'de, ekranı yağlı boya tablolardan kişisel fotoğraf kitaplığına kadar geniş yelpazede seçkin sanat eserleri gösteren bir çerçeveye dönüştüren "Art Mode" (Sanat Modu) özelliği bulunuyor. Böylece TV, UHD kalitesinde görüntüler sunuyor ve kapatıldığında kişiye özel düzenlenebilen bir sanat eserine dönüşüyor.

Özelleştirilebilir çerçeve seçenekleri sunan The Frame, ceviz, meşe ve beyazdan oluşan çerçeve rengi alternatifleriyle herhangi bir odanın ambiyansını ve dekorunu zenginleştirip

değiştirebiliyor. Ayrıca, hareket sensörü insanların hareketini algılıyor. The Frame, odada kimse yokken güç tasarruf moduna geçiyor, biri odaya girdiğinde ise tekrar açılıyor. Tüm bunların yanında, The Frame duvara boşluksuz monte edilebilmesini sağlayan tasarımı ve görünmeyen bağlantı özellikleri ile hiçbir kablosu görünmeden, tam bir yaşam alanı öğesi olarak duvarda gerçek bir çerçeve ya da tablo gibi görünüyor.

Lenovo Tab 3 A7-10...

Motorola markası ile akıllı telefon pazarında hızla büyüyen teknoloji devi Lenovo, Tab3 A7-10 tablet çok yönlü özellikleriyle teknoloji severlerin elinde düşmeyecek. 3450 mAh bataryası ile maksimum 10 saate kadar pil ömrü sunan Tab3 A7-10 ile tabletinizi şarj etmeden art arda film izleyebilir, oyun oynayabilir ya da sosyal medyada gezinebilirsiniz. Daha yüksek ve kaliteli bir ses sunan Dolby ses sistemi sayesinde Tab3 A7-10 ile kulaklıktan veya stereo hoparlörlerden müzik dinlerken kusursuz ses kalitesine sahip olacaksınız.

Plajda dinlenirken sosyal medyada zaman geçirmek, çalışmak ya da oyun oynamak da Lenovo Tab3 A7-10 tabletin yüksek çözünürlüklü 7 inç IPS ekranıyla artık çok daha kolay ve keyifli. Android'in en son sürümü ile daha hızlı ve daha güçlü performans sunan Tab3 A7-10, MediaTek 1,3 GHz dört çekirdekli işlemcisiyle oyun oynarken veya video izlerken daha kaliteli bir teknoloji deneyimi yaşatıyor. Ayrıca Tab3'ün çift kamerasının size sunduğu ayrıcalıklardan da faydalanabilirsiniz. Kaliteli görüntüler, eşsiz videolar yakalamak için 2 megapiksel arka kamerayı ya da mükemmel selfie'ler çekmek için ön kamerasını kullanabilirsiniz.

Havaalanı Rehber Robotları...

LG, en büyük kış sporları etkinliğine ev sahipliği yapacağı Güney Kore'de, Incheon Uluslararası Havaalanı'nda robotlarını hizmete sundu. Her yıl buradan geçen yaklaşık 57 milyon yolcuya robot teknolojisinin rahatlığını ve kolaylığını sunacak robotlar, 21 Temmuz'da resmi olarak deneme hizmetine başlamış olsa da Şubat ayından itibaren devam eden beta testleri nedeniyle sık seyahat eden yolculara tanıdık gelecek. LG mühendisleri, geçtiğimiz 5 ay boyunca robotların ince ayarlarını yaparak beta testleri boyunca topladıkları veri ve deneyimleri temel alan performans geliştirme çalışmalarını yürüttüler.

LG'nin Havaalanı Rehber Robotu, yolculara havaalanında en çok kullanılan dört dil üzerinden (İngilizce, Çince, Japonca ve Korece)sesli yanıt vererek yardımcı oluyor.Robot, havaalanının merkezi sunucusuna bağlanarak uçağa biniş zamanları, restoranların ve dükkanların yerleri ile diğer birçok konu hakkında bilgi sağlayabiliyor.Biletinizi kolay bir şekilde tarattığınızda, uçağa biniş saati, kapısı ve hatta gideceğiniz yerin hava durumu hakkında ayrıntılı bilgiye kolayca ulaşabilmenizi sağlıyor. Bu robot, yürüme sürenizi de hesaba katarak, kapıya tahmini varış sürenizi hesaplayabiliyor ve havaalanı içinde gitmek istediğiniz yere kadar size eşlik edebiliyor.

İşleri dert etmeyin
Doğayı yaşatın ki insanlık yaşasın
Eksantrik
Prodüksiyon
http://www.eksantrik.com
Nasıl olsa bir gün, bir şekilde
birlikte iş yaparız.
Bir Ekşioğlu Medya Grup kuruluşudur.

Abdullah Ekşioğlu / *eksioglu70@gmail.com*

(retorik)

Bu burs bulunursa ülke aydınlanacak...

Bir süredir bir çok yerde haber olduğu için belki bir çoğunuz biliyorsunuz; oğlum Ali Erdem New York Film Academy'nin lisans bölümüne % 35 burs ile kabul edildi. Ali Erdem daha önce de State University Of New York tarafından düzenlenen Genius Olympiad'da iki kez finale kalmış, birincisinde gümüş, ikincisinde ise altın madalyayla ülkemize dönmüştü. Daha 10 yaşında Yunanistan'da çocuk filmleri festivaline yönetmen olarak davet edilmiş, filmleri bu festivalde gösterilmişti.

O zamanlar da aramamıza rağmen Ali Erdem'in bu başarılarının hiç birinde sponsor bir kuruluş bulamamıştık. Şimdi de Ali Erdem'in eğitim giderlerinin kalan % 65'lik kısmı için burs bulamıyoruz. Halbuki bu tür sponsorluk ve burslar, markaların iletişiminin de önemli bir parçasıdır ve marka sponsorluk ya da burslara harcadığı paranın çok üzerinde bir iletişim kazancı elde eder. Hayır anlatılamıyor. Firmalar, kurumlar anlamak istemiyorlar. Çünkü bir marka oluşturmak, pazar payını artırmak, marka değeri kazanarak ürünlerini artı değerle hane halkına sunmak, hane halkının tutumunu değiştirebilmek, etki yaratmak, varolan etkiyi pekiştirmek ne yazık ki bizim işadamlarımızın pek bildiği konular değil.

Bizim işadamlarımız çoğu reklamı, boşa harcanan bir para, bir hava atma malzemesi ya da sıcak satış için çığırtkanlık olarak görüyor. Eğer karşılarına çıkan teklif direk olarak bu amaçlara hizmet etmiyorsa dolaylı olarak elde edeceği daha büyük kazançları görebilmek gibi bir birikim ya da geleneğe sahip değiller.

Hal böyle olunca da bir siyasinin çocuğunun eğitim masraflarını karşılamak, başarılı bir gencin eğitim masraflarını karşılamaktan daha değerli oluyor. Aile vakıfları bile belki aile bireyleri bir rant elde ederler, haksız bir ihale alırlar ya da en azından devleti yönetenlere karşı şirin görünebilirler diye ünlü siyasetçilerin çocuklarını, torunlarını okutmayı, kendi ailelerinin mensubu olan çocuklara burs vermeye tercih ediyorlar.

İşte bu kısa dönem çapsız vizyonu, ülkemizin kendi markalarını oluşturamamasının, uluslararası pazarda rekabet edememesinin en büyük nedenlerinden biri. İhracatçılarımız artı değer yaratıp uluslararası pazarda ürünlerini tercih edilir hale getirip, pahalı satabilmek yerine, devalüasyonla kendi paramızın değerini düşürüp, fiyat rekabetiyle mal satmaya çalışıyor. Böyle bir yöntemle de kendi halkının refahı umrunda olmayan Çin'in önüne geçmek pek mümkün olmuyor. Gizli ya da açık devalüasyonlarla her geçen gün fakirleşiyor olmamız da bu yanlışın faturası olarak hepimize çıkıyor.

Ben önceleri bu yanlışların ülkemizde kurumsallaşamayan iş dünyasını profesyonel olmayan patronların yönetmesinden kaynaklandığını sanıyordum ki, daha sonra profesyonel yöneticilerin de vizyon ve birikim olarak iletişimden bi haber olduklarını fark ettim.

Yani sırf bir yabancı dil bilerek uluslararası fuarlarda tutamayacağınız sözleri testesterona bağlı bir özgüvenle verip, kısa dönemli satışlar sağlamanız sizin yönetim koltuğunda da başarılı olabileceğiniz anlamına gelmiyor. Nitekim bir şirketin hesaplarını tutmuş olmanız ya da at pazarlığı konusunda alfa rolünü iyi yapabiliyor olmanız ne gerçekten alfa olduğunuz ne de bir şirketi ya da ülkeyi yönetebileceğiniz anlamına gelmiyor.

Oysa ki bizim ülkemizin markalara, iş, akademi ve siyaset hayatında vizyoner liderlere ve herşeyden daha önemlisi bu ülkenin makus kaderini aşabilecek aydınlık gençlere ihtiyacı var. Yani sözün özü ülkemizin kurum ve vakıfları Ali Erdem'e burs verirlerse tüm ülke için her şey çok daha güzel olacak. Belki de yıllar sonra ülkemize gelecek Oscar'ın gururu ise hepimizin ortak mutluluğu olacak. Benden söylemesi.

Görev değişiklikleri...

Yazılı Basında Görev Değişiklikleri

- Vatan Gazetesi yazarı Fuat Bol, Milliyet Gazetesi'ne transfer oldu.
- Gazeteci Cem Küçük Türkiye Gazetesi'nde yazmaya başladı.
- Yazar Lütfü Oflaz Star Gazetesi ile yollarını ayırdı.
- Akşam Gazetesi'nde Spor Editörü olarak görev yapan Kenan Karcı, Spor Müdürlüğü görevine atandı.
- Aktüel Dergisi'nde editörlük ve yazı işleri müdürlüğü görevinde bulunan Göksan Göktaş, Sabah Gazetesi'nin Hafta Sonu ekiyle anlaştı.
- Akşam Gazetesi Spor Müdürü Hakan Yaşar gazete ile yollarını ayırarak Türkiye Futbol Federasyonu'nda İletişim Müdürü olarak atandı.
- Hürriyet gazetesi yazarı Verda Özer, Milliyet gazetesine transfer oldu.
- Yeni Şafak ile yollarını ayıran Hikmet Genç, Akşam gazetesinde yazmaya başladı.
- Anadolu Ajansı İzmir Bölge Müdürlüğü'nde muhabir olarak görev yapan İbrahim Evrim Ayral, ajans ile yollarını ayırdı.
- Türkiye gazetesi yazarı Ceren Kenar, gazeteciliği bıraktığını sosyal medya üzerinden duyurdu.
- Köşe yazarı Hikmet Genç Akşam Gazetesi'nde yazmaya başladı.
- Türkiye Gazetesi yazarı Ceren Kenar, gazeteciliği bıraktığını sosyal medya üzerinden duyurdu.
- Hürriyet Emlak'ın yeni Bilgi Teknolojileri Koordinatörü Emre Özpınar, Proje Yönetimi ve Ürün Geliştirme Koordinatörü Engin Sezer oldu.

Görsel Basında Görev Değişiklikleri

- 24 TV'den ayrılan Selin Sabit görevinden ayrılarak Best FM kadrosuna geçiş yaptı.
- Gazeteci Ömür Varol, Beyaz TV'de "Ömür Varol'la Beyaz Gazete" programının sunucusu oldu.
- ATV ekranlarında izleyiciyle buluşmaya hazırlanan "3 Kuşak 1 Cevap" adlı programını İrfan Kangı sunacak.
- Show TV ekranlarında izleyiviyle buluşan "Hayat Güzeldir" adlı yeni programın sunucusu Esra Harmanda oldu.
- TRT Spor spikeri Yalçın Çetin, sosyal medya hesabından yaptığı açıklama ile TRT Spor'dan ayrıldığını duyurdu.
- Habertürk TV'de uzun yıllar editör,muhabir ve spiker olarak görev yapan Gülay İnci ile prodüktörler Ferah Koçak ve Songül Yıkılmaz kanalla yollarını ayırdı.
- TRT Genel Müdürlüğü görevine İbrahim Eren atandı.
- Habertürk TV'de 3 yıldır muhabirlik yapan Osman Girgin, Temmuz ayı sonunda kanalla yollarını ayırma kararı aldı.
- Fatih Tezcan, "Ömür Varol ile Beyaz Gazete" programında siyasi gündemi değerlendireceğini sosyal medya üzerinden duyurdu.
- Reuters TV İstanbul ofisinde Haber Müdürü olarak görev yapan Hamdi İstanbullu, Reuters TV'den ayrılarak Doğan Haber Ajansı'nda Operasyonlar Direktörü olarak göreve başladı.
- Muhabir Yavuz Oymak, Es Medya Grubu bünyesinde yayın yapan haber kanalı 24 TV ile anlaştı.
- Gazeteci Ülkü Çoban Flash TV ekranının ana haber spikeri oldu.
- TRT bünyesinde spikerlik yapan Mustafa Alcan, TRT Genel Sekreteri görevine getirildi.
- Kanal D ekranlarında hafta içi her gün yayınlanacak olan kadın programının sunucusu Defne Samyeli oldu.
- Kanal D'de yayınlanan "Vatanım Sensin" dizisinin yapımcısı Nermin Eroğlu, kanalın yeni drama danışmanı oldu.
- Habertürk TV'de 10 yıldır prodüktör olarak görev yapan Kevser Öztekin Özkol kanalla yollarını ayırma kararı aldı.
- Kanal 24 TV'de "Dünya Hali" programını sunan Selim Atalay, Ağustos 2017'nin başına kadar ekranda olmayacağını kişisel sosyal medya hesabından açıkladı.

Medya Dünyasından Diğer Haberler

- Doğan Haber Ajansı'nın (DHA) Ankara Bürosu'nda 10 yıldır muhabir olarak görev yapan Tahsin Güner, sosyal medya üzerinden istifa ettiğini duyurdu.
- Reuters Enstitüsü'nün yaptığı, 6. Digital Media 2017 araştırmasının sonuçları açıklandı. Türk televizyon haberciliğinde ve online medyada CNN TÜRK, Türkiye'nin en çok tercih edilen haber kanalı oldu.
- Planet kanallarını alarak Türkiye piyasasına giren Sony Pictures Television, Eylül ayında Sony Mutfak ve Sony Plus kanalını izleyiciyle buluşturmaya hazırlanıyor.
- Elif Akgül, Türkiye Gazeteciler Sendikası İstanbul Şubesi'ndeki yöneticilik görevinden ayrıldı.
- Başrollerinde Furkan Andıç ve Ayça Ayşin Turan'ın olduğu yeni dizi "Meryem" yakında Kanal D ekranlarında başlayacak.
- Radyocu Bay J, Power FM ile yollarını ayırdı.
- Kanal 7'de yayınlanan Hint dizisi Tatlı Bela, 13 Temmuz Perşembe günü final yaptı.
- Show TV'nin yeni dizisi Rüya, 18 Temmuz Salı günü saat 20.00'de yayın hayatına başlayacak.
- Cumhuriyet gazetesinde uzun yıllar görev yapan ve son olarak Vatan gazetesinde yazan Okay Gönensin hayatını kaybetti.
- İrfan Kangı'nın sunacağı yeni yarışma programı 3 Kuşak 1 Cevap, 17 Temmuz Pazartesi günü saat 20.00'de ATV ekranında yayın hayatına başlayacak.
- Bu yıl 69'uncusu düzenlenecek Emmy ödüllerine aday gösterilen televizyon yapımları, Television Academy'nin Los Angeles'ta düzenlediği törende duyuruldu.
- Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ile Konrad Adenauer Stiftung'un 19 yıldır birlikte düzenlediği "Yerel Medya Ödülleri", Beşiktaş Conrad Otel'de düzenlenen törenle sahiplerini buldu.

Kaynak: MTM Medya Takip Merkezi

EN ÇOK REKLAM VEREN İLK 15 SEKTÖR

No	Sektör	Adet	Sektör	Süre(sn)
1	Gıda	27.326	Gıda	583.156
2	Kozmetik	12.685	Kozmetik	303.922
3	İletişim Teknolojileri	11.774	İletişim Teknolojileri	214.068
4	Ev Temizlik Ürünleri	10.148	Ev Temizlik Ürünleri	208.533
5	Kişisel Bakım	7.948	Kişisel Bakım	158.421
6	Eğitim	7.573	Eğitim	156.292
7	Ticaret	5.416	Siyaset/Politika	104.632
8	Dayanıklı Tüketim Malları	4.810	Ticaret	95.745
9	Isıtma/Soğutma Sistemleri	4.018	Dayanıklı Tüketim Malları	80.343
10	Takı/Mücevherat	2.850	Isıtma/Soğutma Sistemleri	75.170
11	Mobilya	2.724	Yayıncılık	70.584
12	Finans	2.507	Tanıtım/Pazarlama	61.286
13	Turizm	2.424	Takı/Mücevherat	52.024
14	Hizmet Sektörü	2.112	Sivil Toplum Kuruluşları	46.092
15	İnşaat/Emlak	2.038	İnşaat/Emlak	44.112

MTM Medya Takip Merkezi'nin, 1 - 27 Temmuz 2017 tarihlerinde, 13 TV kanalı üzerinden, yaptığı reklam ölçümleme sonuçlarına göre, en çok reklam veren ilk 15 sektör listelenmiştir.

EN ÇOK REKLAM VEREN İLK 15 MARKA

No	Marka	Adet	Marka	Süre(sn)
1	Algida	6.282	Algida	128.555
2	Türk Telekom	3.579	Türk Telekom	116.201
3	Veet	2.254	İstanbul Aydın Üniversitesi	51.110
4	Zen	2.155	Trivago	49.695
5	Trivago	2.145	Vodafone	44.131
6	Beko	2.066	Beko	41.348
7	İstanbul Aydın Üniversitesi	2.011	Yeşilay	40.676
8	Calgon	1.902	Casper	37.869
9	Coca-Cola	1.833	Finish Quantum	36.937
10	Vodafone	1.754	Coca-Cola	36.807
11	Etstur	1.710	Prima	35.191
12	Arçelik	1.679	Arçelik	34.181
13	Nişantaşı Üniversitesi	1.642	Calgon	32.724
14	Uğur	1.546	Veet	32.014
15	Head Shoulders	1.511	Lipton	31.552

MTM Medya Takip Merkezi'nin, 1 - 27 Temmuz 2017 tarihlerinde, 13 TV kanalı üzerinden, yaptığı reklam ölçümleme sonuçlarına göre, en çok reklam veren ilk 15 marka listelenmiştir.

Türkiye'den Düny

Tudors Yönetim Kurulu Başkanı Yaşar Ayaydın

Detay önemli. Bütünlüğü olan güne uygun ürünleri tasarlayıp tüketiciye getirmek önemli. Tasarım ekibimiz sürekli uluslararası trendleri takip ediyor. İnsanlar önceden ihtiyaç için giyiniyordu şimdi moda için giyiniyor.

Elvin Ekşioğlu / elvineksioglu@gmail.com

- Bize biraz kendinizden ve iş yaşamınızdan bahseder misiniz?

Trabzon Araklı ilçesinde 9 çocuklu bir ailenin 6. çocuğu olarak dünyaya geldim. İlk ve orta öğretimimi İstanbul'da tamamladım. Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi mezunuyum. Mimarlık ve ekonomi üzerine yüksek lisans eğitimleri aldım.

1998 yılında kardeşim Recep Ayaydın' la beraber Ayaydın Tekstili kurduk ve gömlek toptan satışı gerçekleştirdik. Bu bizim çok küçük yaşlarda babamızın işi dolayısıyla öğrendiğimiz meslekti. Kuruluştan sonra ben bir süre mimarlık ve inşaat sektöründe faaliyet gösterdim, Recep Bey ise toptan satış konusunda faaliyet gösterdi.

-Markanızın diğer markalardan farklılaşmasını nasıl sağladınız?

2006 yılında benimde tekstil sektörüne ağırlık vermemle beraber toptan satış faaliyetinden çıkıp gelişen ve değişen alışveriş kültürüne ayak uydurup direkt tüketiciye yönelik perakende mağazaları açmaya başladık ve bu trendleri takip etmemiz bizim farklılaşmamızı da sağladı.

Rekabet açısından çok sayıda oyuncunun bulunduğu bir sektörde markalaşma başarısının arkasında yatan dinamiği bizimle paylaşabilir misiniz?

Seneler içerisinde edindiğimiz deneyimlerle beraber 2012 yılında TUDORS markasını kurup Türkiye içerisinde ve dışında mağazalaşmayı hızlandırıp, gelişen ve değişen alışveriş kültürüne uyum sağlayarak kısa sürede gömlek sektöründe en önemli oyuncu haline geldik.

- Bulunduğunuz sektörlerde tüketici güveni ve sadakatini sürdürülebilir bir şekilde sağlayabilmek için nelere önem gösteriyorsunuz?

Bu sadakati sağlayabilmek için ürettiğimiz her üründe her detaya çok önem veriyoruz. Detay önemli. Bütünlüğü olan güne uygun ürünleri tasarlayıp tü-

a'ya...

keticiye getirmek önemli. Tasarım ekibimiz sürekli uluslararası trendleri takip ediyor. İnsanlar önceden ihtiyaç için giyiniyordu şimdi moda için giyiniyor.

-Markalaşma, bilinirlik, tüketici güveni, sadakati açılarından gelişimini firmanızı nasıl değerlendirirsiniz?

Türkiye'de bu anlamda en hızlı gelişen markalardan birisi diyebiliriz.

Markanızın kurumsal başarıya ulaşması için sizce en önemli faktör nedir?

Uluslararası perakende dinamiklerini takip etmek, anlamak ve bu dinamikleri kendi sistemimize yerleştirmektir.

- Markanızın 2017 yılı için hedefleriniz nelerdir?

Yurtiçinde 170'den fazla mağazamız oldu. Nerede gerekli ise uygun lokasyonu bulduğumuzda orada mağazamızı açıyoruz. Yurtiçinde 200-250 mağazaya kadar çıkabiliriz. Yurtdışında ise bir yılda 50 yada 100 mağaza açabiliriz. Tudors olarak 2017 ve ilerisine yönelik hedefimiz; öncelikle mevcut faaliyet gösterdiğimiz ülkelerde pazar lideri olmak yeni ülkelere açılmak ve tartışmasız olarak dünyanın en önemli gömlek markası olabilmektir.

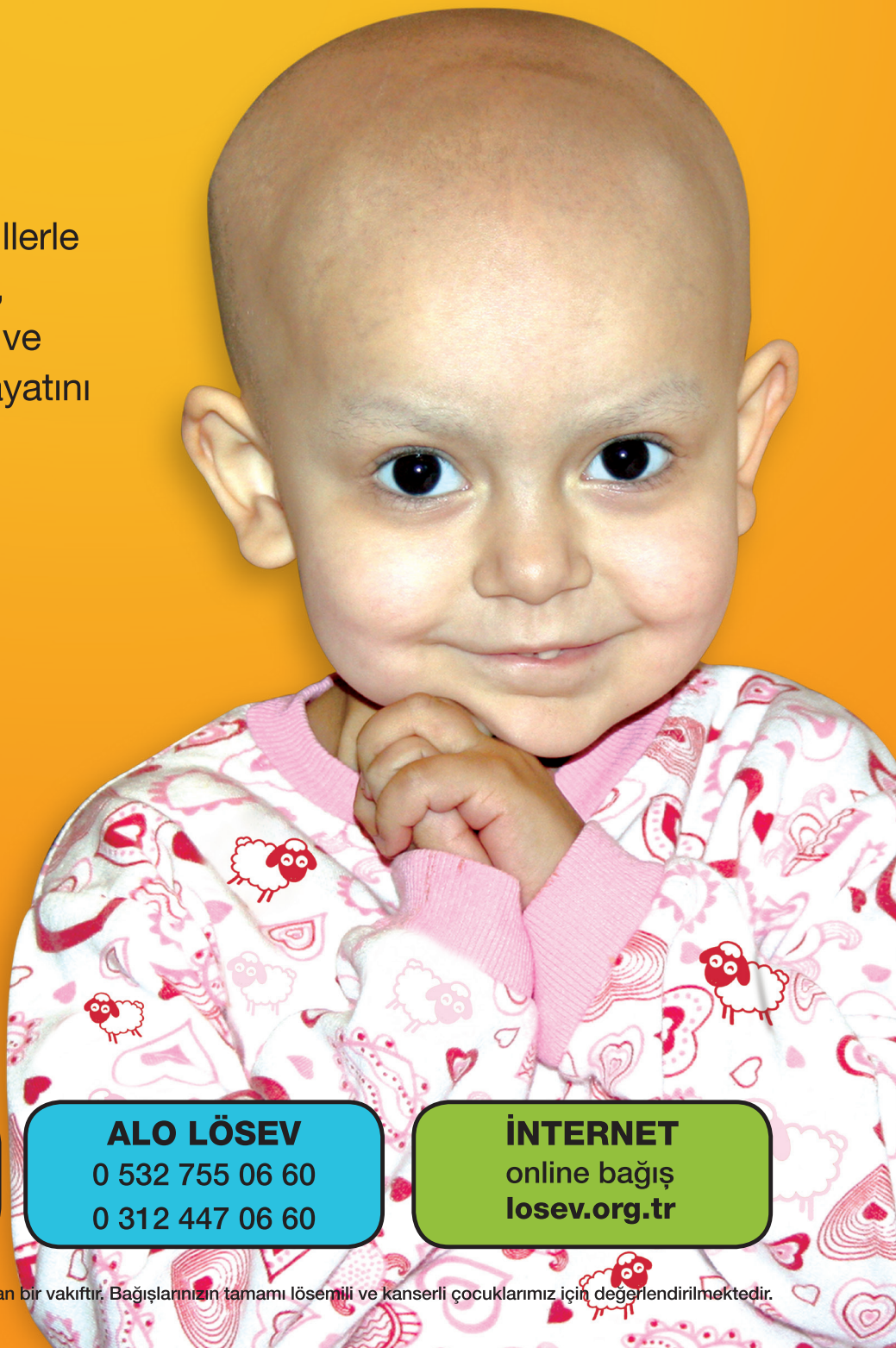
Şu an Sırbistan ve Makedonya'da pazar lideriyiz. Makedonya'da 5, BAE'de 6, İran ve Irak'ta 3'er, Karadağ, Slovenya, Kıbrıs ve Kosova'da 2'şer, Hırvatistan, Bosna-Hersek ve Macaristan'da birer mağazamız var

Bir ülkeden iyi bir partner geldiğinde daha çok mağaza açma imkanımız olur. Bu biraz da Türkiye'ye gelen turistle alakalı. Geldikçe markalarımızı görüyorlar ve kendi ülkelerine götürmek istiyorlar. Şu anda en fazla franchise başvurusu alan markalardan biriyiz. Pakistan ile anlaşmamızı yaptık yakında açacağız. Danimarka ile anlaştık. Lokasyonlar tutuldu. Bulgaristan dahil 10 ülke ile görüşmelerimiz devam ediyor. Sırbistan'da partnerimiz 'iki yıl içinde 2 mağaza açacağım' dedi. 13 mağaza açtı. Sırbistan'a girdiğimizde İtalyan gömlek markaları terk etti. Şu an Sırbistan ve Makedonya'da pazar lideriyiz. Makedonya'da 5, BAE'de 6, İran ve Irak'ta 3'er, Karadağ, Slovenya, Kıbrıs ve Kosova'da 2'şer, Hırvatistan, Bosna-Hersek ve Macaristan'da birer mağazamız var. Türk Cumhuriyetler'le görüşüyoruz. Doğru partneri bulmak için bekliyoruz. Her ülkeden birden çok talip var.

LÖSEV
Lösemili Çocuklar Vakfı

Her kurban lösemili çocuklara can!

Kurban Bayramı'nda kurbanlarınızı dini usüllerle LÖSEV'de kestirebilir, bağışlarınızla lösemili ve kanserli çocukların hayatını kurtarabilirsiniz.



BANKA
bağış ekranlarından
LÖSEV

ALO LÖSEV
0 532 755 06 60
0 312 447 06 60

İNTERNET
online bağış
losev.org.tr

LÖSEV, kâr amaçsız ve kamu yararına çalışan bir vakıftır. Bağışlarınızın tamamı lösemili ve kanserli çocuklarımız için değerlendirilmektedir.

sita
TANITIM
İLETİŞİM
YAYINCILIK

Sita İletişim'de markanız değerlidir...

Sita İletişim 1993 yılından beri tam ajan hizmeti vermeye devam ediyor.

- Reklam kampanyaları
- Reklam/tanıtım filmi yapımı
- Konsept oluşturma
- Etkinlik organizasyonu
- Fuar ve etkinlik için stant tasarımı
- Medya planlama ve satın alma

Tel: (0212) 274 85 75 info@sitailetisim.com www.sitailetisim.com

Nurgül Eryıldır Günay / *nurguleryildir@gmail.com*

(kelebeğin fırtınası)

Doğalımsı doğallara veda...

Felaket filmlerini oldum olası sevmem. Dünyanın sonunu getiren seller, fırtınalar, buzullarla dolu senaryolar hep içimi daraltmıştır. Ama geçen ay bütün İstanbul resmen bir felaket filminin setinde gibiydik.İlk günler sıcaktan yandık, kavrulduk. Nemden boğulduk. Sonra aniden, gündüz vakti üstümüze bir karanlık çöktü. Yağmur, fırtına ve koca koca doluyla Kasım ayı kılığına giren bir Temmuz geçirdik.... Ödüm patladı. Neyse çok şükür bunu da atlattık. Hepimize püfür pürfür bir Ağustos dileyerek yazıma başlamak istiyorum.

Artık alışverişte yeni dönem başlıyor. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, tüketicinin yanılmasını en aza indirmek için, 2019 yılı sonunda yürürlüğe girecek yönetmeliğe dair etiketlerde kullanılabilecek tanımları ve yasakları açıklayan bir rehber hazırladı.

Rehberde en çok dikkatimi çeken, etiketlerde "gerçek", "hakiki" ya da "%100 doğal" gibi ifadelerin yer almayacak olması. Geleneksel ifadesini kullanabilmek için de en az 30 yıl şartı var. Bu durumda yoğurtlar, ballar aniden normal seviyeye inecek :) "gerçek köy yoğurdu", "hakiki bal" gibi nitelendirmelerle satılan ürünler birden bire piyasadan silinecek.

Hazır ambalajlı ürünlerde, “fırından taze”, mutfaktan taze”, “denizden taze”, “bahçeden taze”, “taze sıkılmış”, “taze toplanmış” denilmeyecek. Taze ifadesi sadece hasattan kısa süre içinde satılan ürünler için geçerli olacak.

Tablet çikolata ve kokolin (bitkisel yağ ve kakao karışımı) aynı görsele sahip olduğu için, ambalajda kokolin olduğu açıkça belirtilecek.

Margarin üzerinde tereyağını çağrıştıracak "yayık" resmi gibi ifadeler kullanılmayacak. Meyve yerine aroma verici kullanılan gıdaların etiketinde meyve görseli kullanılırsa, gıdanın "aromalı" olduğu belirtilecek.

"Doğal" denilen gıdalarda katkı ve aroma gibi hiçbir ilave yapılamayacak. Çay, bitki çayı, bal, kahve, meyve-sebze, süt, yoğurt, naturel sızma zeytinyağı gibi ürünlerde bu ifade kullanılabilecek, ancak "%100 doğal", "gerçek doğal", "hakiki doğal" ve "en doğal" gibi tanımlamalar yapılamayacak.

Endüstriyel gıdalarda ‘ev yapımı’ ifadesi kullanılamayacak, ancak "anne eli değmiş gibi", "ev yapımı tadında" denilebilecek.

Bunların dışında lüks, diğerlerinden daha üstün özelliklerde algısı yaratan "yüksek kalite", "premium", "quality", "kaliteli", "best-finesten", "süper", "ekstra" gibi ifadeler de diğer firmaların ürünleri arasında en iyisi olduğunu ileri sürecek şekilde kullanılmayacak. Ürünün "ekstra" nitelik taşıyan özelliği ayrıca belirtilecek.

Veganlar ülkemizde ne yazık ki hala tam anlaşılamadı. Etobur bir millet olarak, etsiz bir yaşam pek çok insana saçma geliyor. Vegan değilim ama bi tık yakınındaki vejetaryen biri olarak bu durumun sıkıntısını çok yaşıyorum. Yiyeceğim yemeğin ya da aldığım bir ürünün içinde et var mı sormaktan yorgun düştüğüm günler oldu :) Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı bu konuda da bir adım atmış. Bazı ürünlerde "veganlar için uygundur" gibi ifadeler kullanılmasına karar vermiş. O ürünler hangileri henüz onu bilmiyorum, ama yine de güzel bir başlangıç.

Hem et severler, hem de vejetaryenler için 2 tarafı da yakından ilgilendiren diğer bir gıda da mantı. Son zamanlarda marketlerde satılan hazır mantıların içeriğini pek bilmiyorum. Genellikle soyadan yapıldıkları iddia edilse de çok emin olamıyordum. Şimdi bu konu netleşecek. Eğer içinde kıyma yerine soya kullanılmışsa ambalajın üzerinde büyük bir şekilde "soya" kelimesi, daha küçük bir yazıyla "mantı"kelimesi olacak. Yani ambalaja bakınca soyalı olup olmadığı hemen anlaşılacak.

Yaprak sarmalar da etiketten nasibini alan gıdalar arasında. Üretimi el ile yapılmayan gıdalarda “el yapımı” ifadesi kullanılmayacak. Sarmalar makinede sarıldıysa “el yapımı” denilmeyecek. Etiketten makinede sarıldığını şıppadanak anlayacağız.
Hepimize sağlıklı beslenmeyle, güzel bir yaşam diliyorum...

Kazanmak Kafada Başlar...

Head&Shoulders, erkeklere özel geliştirdiği yeni Men Ultra serisinin reklam kampanyasında, Türkiye basketbolunun sevilen isimleriyle bir araya geliyor. Reklam filminde erkeklerin saçlarının en fazla yıpranabileceği anlar, basketbol maçından kareler ile aktarılarak, saçları güçlendiren yeni yüksek performanslı içerikleriyle Head&Shoulders Men Ultra serisinin bu anlarda bile kepeği %100'e kadar önlerken, saçlara en iyi formunu kazandıracağının altı çiziliyor. Head&Shoulders'ın yeni kampanyası kapsamında; son 3 yıldır Head&Shoulders'ın marka elçisi olan Anadolu Efes ve Türkiye A Milli Basketbol Takımı'nın başarılı ve genç oyuncusu Cedi Osman'ın yanı sıra Fenerbahçe'den Egehan Arna, Galatasaray Odeabank'tan Tibor Pleiss ve Tofaş'tan Barış Ermiş'in rol aldığı bir reklam filmine imza attı. Yeni reklam filminde başarılı basketbolcular yeni ürün Men Ultra ile kazanmanın kafada başlayacağına dikkat çekiyor.

Basketbolda başarının vazgeçilmez kuralının, çok çalışmak ve özgüven olduğunu söyleyen Head&Shoulders marka elçisi, Cedi Osman şunları söylüyor;

"Marka iş birlikleri profesyonel sporcuların hayatlarının önemli bir parçası. Ben de dünyanın bir numarası

Head&Shoulders'ın marka elçisi olduğum için çok mutluyum. Head&Shoulders'ın "Kazanmak Kafada Başlar" mottosu tam olarak beni yansıtıyor diyebilirim. Ben de her maçı kafamda oynarım ve kazanırım.

Mobil Tüketici Deneyimleri...

IAB'nin 18 ülkede gerçekleştirdiği 'Always On – A Global Perspective of Mobile Consumer Experience Araştırması'na (Mobil Tüketici Deneyimleri) göre, dünya üzerindeki akıllı telefon kullanıcılarının neredeyse 3'te 2'si (%63), telefonlarını her yarım saatte bir; 5'te 1'inden fazlası da (%22) her 5 dakikada bir kullanıyor. Kuzey Amerika, Güney Amerika, Asya, Avrupa ve Afrika'dan ankete katılanların birçoğu, günde en az bir kere mobil web ya da mobil aplikasyon üzerinden internete erişim sağlıyor (mobil web %88, mobil aplikasyon %84). Araştırma hem mobil web'deki, hem de mobil aplikasyonlardaki farkındalık oranının oldukça yüksek olduğu gösteriyor. Akıllı telefon kullanıcılarının çoğu mobil reklamları gördükten sonra birkaç gün içinde hatırlıyor (Mobil web'de %90, Mobil aplikasyonda %86). Üstelik kullanıcıların yarısından fazlası mobilde gördükleri reklamla ilgili aksiyon alıyor. Söz konusu davranış, mobil web'de yüzde 45, mobil aplikasyonlarda yüzde 47 olması itibariyle benzerlik gösteriyor. Global rakamlar bölgesel ve ülkesel kırılımlar bazında da tutarlı bir grafik çiziyor.

Tüketicilerin yüzde 46'sı mobil cihazlarda gördüğü reklamlarla etkileşime geçiyor. Yüzde 13'lük kesim gördüğü reklamları hatırlarken, yüzde 9 ise reklamı yapılan markanın web sitesini ziyaret ediyor.

Araştırmayla ilgili açıklama yapan IAB Başkan Yardımcısı ve Mobil & Video Genel Müdürü Anna Bager şu sözleri söyledi: "Bu bulgular; mobil kullanımın dünyada yaygın olduğunu ve pazarlamacılara büyük fırsatlar sunduğunu doğruluyor. Dijital reklamlar, tüketicilerin mobil web ya da mobil aplikasyonlar üzerinden aksiyon almalarını kolaylaştırıyor."

Türkiye'de bu rakamların mobil web'de yüzde 26, mobil aplikasyonlarda ise yüzde 22 olduğu görülüyor. Tüketicilerin dünyada mobil reklamlarla karşılaşma ortalamasının mobil web'de yüzde 50, mobil aplikasyonlarda yüzde 51 arttığı; Türkiye'de ise sırasıyla yüzde 64 ve yüzde 56 arttığı görülüyor. Türkiye'de bir kişi bir günde ortalama 5.57 mobil site ziyaret ederken, 4.74 mobil aplikasyon kullanıyor. Bu oranlar dünyada mobil siteler için 5.82, aplikasyonlar içinse 5.85.

Tülin Şahin kamera karşısına geçti...

Uludağ Premium Cilt Bakım Sprey serisinin reklam filmi için doğal güzelliğiyle tanınan ünlü top model Tülin Şahin kamera karşısına geçti.

Yüzyıllardır güzellik ritüellerinin vazgeçilmez bir parçası olan doğal maden suyu, Uludağ Premium Cilt Bakım Sprey serisi ile cildin ihyitaçlarını hem doğal hem de pratik bir şekilde karşılıyor. Sade, E Vitaminli ve Güneş Koruyuculu çeşitleri bulunan serinin tanıtımı için çekilen reklam filmlerinde ise serinin marka elçisi olan ve her daim doğal güzelliği ile tanınan ünlü top model Tülin Şahin yer alıyor.

Çekimleri Uludağ Alaçam Şelalesi'nde ve İstanbul'da reklam stüdyosunda gerçekleştirilen reklam filminde Tülin Şahin'in günlük hayatından kesitler yer alıyor. Şahin cildini canlandırmak için yüzüne Uludağ Premium Cilt Bakım Spreyi'ni sıktığı anda kendini aynı zamanda ürünün de kaynağı olan Uludağ'da, doğal bir su kaynağının yanında buluyor. Filmde ürünün doğallığı ve ferahlatıcı etkisi ön plana çıkıyor.

60 kişilik kalabalık ekip eşliğinde Burak Kolcu'nun yönetmenliğinde hazırlanan ve 2 günde tamamlanan 6 farklı reklam filminin çekimlerinde Alexa Mini kamera ve Black Magic Micro'nun yanı sıra drone da kullanıldı.

Kristal Elma 2017...

Reklamcılar Derneği tarafından düzenlenen ve Türkiye'nin en önemli yaratıcılık ve pazarlama etkinliği olarak kabul edilen Kristal Elma Yaratıcılık Festivali, "İnsanlık için Yaratıcılık" temasıyla, 05-06 Ekim 2017 tarihlerinde Uniq İstanbul'da iki gün iki gece sürecek etkinliklerle reklam dünyasının yaratıcılarını bir araya getirecek. "Yaratıcılık Bulaşıcıdır" sloganıyla düzenlenen Kristal Elma yarışması için başvurular ise 07 Ağustos 2017 tarihine kadar kabul edilecek. Kristal Elma bu yıl, getirdiği yeni düzenlemelerle de dikkat çekecek. Kristal Elma Festivali, iki gün boyunca her sektörden yaratıcılığın insanlığa değer kattığı örnekleri ve yaratıcı isimleri katılımcılarla buluşturacak. Yerli konuşmacı ve yabancı konuşmacılar "Yaratıcılık Bulaşıcıdır" temasına dokunan 5 farklı başlık altında; Global Trendler, Girişimcilik, İlham Verenler, Teknoloji ve Kristal Elma 2017'nin teması olan "İnsanlık için Yaratıcılık" konularında katılımcılarla deneyimlerini ve fikirlerini paylaşacak. Kristal Elma Ödül Töreni'nde, Evrencan Gündüz yaratıcı ve katılımcı performansı ile izleyicilere ilginç bir deneyim yaşatacak. Dileyen reklam ajansı ekipleri de, kendi şarkılarını söyleyip rakiplerine meydan okuma fırsatı yakalayacak.

Keşif Dünyası...

Türk Henkel Kurumsal İletişim Müdürü Hande Ardane

Henkel olarak 2030 yılına kadar ürünlerimizin ve süreçlerimizin çevresel ayak izi karşılığında yarattığı değeri üç kat artırmaya yönelik bir idealimiz var. Bu idealimize ulaşmak için de herkesin katkıda bulunması gerekiyor.

Elvin Ekşioğlu / elvineksioglu@gmail.com

- Henkel'in Sürdürülebilirlik Elçileri Programı hakkında bilgi verebilir misiniz?

- Henkel olarak 2030 yılına kadar ürünlerimizin ve süreçlerimizin çevresel ayak izi karşılığında yarattığı değeri üç kat artırmaya yönelik bir idealimiz var. Bu idealimize ulaşmak için de herkesin katkıda bulunması gerekiyor.

Henkel'de sürdürülebilirlik şimdiye kadar hep önemli bir konuydu. Bununla birlikte sürdürülebilirliğe çalışanların günlük hayatlarında da katkıda bulunabilmeleri için bu konuda farkındalık sağlayıp, çalışanların da katılımları önemliydi. Çünkü aynı şirketler gibi her bir birey de davranışlarıyla daha sürdürülebilir bir geleceğe katkıda bulunabilir. Örneğin; kişisel kararlarının harcadığı enerji, su ve diğer kaynakların tüketimi üzerinde önemli bir etkisi bulunuyor. Bu nedenle, çalışanlarımıza net bir sürdürülebilirlik anlayışı kazandırmak ve onların sürdürülebilirliğin önemini başkalarına aktarmalarını sağlamak üzere Sürdürülebilirlik Elçileri adını verdiğimiz global programı hayata geçirdik. Sürdürülebilirlik Elçileri Programı kapsamında Henkel, çalışanların sürdürülebilirliğin önemini meslektaşlarına, tedarikçilere, müşterilere ve tüketicilere ve öğrencilere daha iyi aktarabilmesi için çalışanlarına eğitim veriliyor. Amaç; çalışanlara net bir sürdürülebilirlik anlayışı kazandırmak ve onların da sürdürülebilirliğin önemini başkalarına aktarabilmelerini sağlamak.

Bugüne kadar tüm dünyada 10.000'in üzerinde çalışan sürdürülebilirlik elçisi olmak ve iş arkadaşlarını, tedarikçileri, müşterileri, hatta okullardaki çocukları sürdürülebilir faaliyetinin önemiyle ilgili ikna edebilmek adına gerekli bilgiyi edinmek için eğitime katıldılar. Henkel çalışanlarının da kendilerini bu konuya adamaları mutluluk verici.

- Keşif Dünyası projesini anlatabilir misiniz?

- 140 yılı aşkın tarihi boyunca Henkel hep gelişim sağlamak, marka ve teknolojilerini daha da mükemmelleştirmek, yenilikçi ürünlerle tüketicilere daima daha iyisini sunmak için çalıştı. İnovasyonlara bu kadar önem veren bir firma

olarak, çocukların da erken yaşlarda bilime ilgi duymasını sağlamak için Keşif Dünyası girişimini hayata geçirdik.

Keşif Dünyası'nın konsepti ve programı, Henkel uzmanlarının desteği ile birlikte Ruhr Üniversitesi Bochum'da Kimya Eğitim Bilimi Bölüm Başkanı Prof. Dr. Katrin Sommer önderliğinde geliştirildi. Keşif Dünyası'nda kullanılan deney malzemeleri ve çalışma kitapçıkları tamamen çocuklara özel olarak, uzmanlar tarafından hazırlandı. Eğitim materyalleri içinde çizgi filmler, çocuklara özel boyama sayfaları, deney malzemeleri vb. pek çok materyal bulunuyor. Programın içinde onlara bilimi sevdirecek eğitici ve eğlenceli deneyler bulunuyor.

Programın, çocuklara bilimi sevdirmenin yanında bir katkısı daha var. Doğayı korumaya teşvik etmek üzere içinde sürdürülebilirlik ile ilgili bir modül de yer alıyor. Böylece çocuklar sürdürülebilirlik kavramıyla, daha az tüketerek israftan kaçınmak, kullandıkları eşyaları tekrar kullanmak ve geri dönüştürmek gibi bilgilerle tanışıyorlar.

Keşif Dünyası girişiminde Türkiye'de Yaratıcı Çocuklar Derneği ile iş birliği yapıyoruz. Okullarda ve çeşitli etkinliklerde ücretsiz olarak gerçekleştirdiğimiz bilim atölyeleri, Yaratıcı Çocuklar Derneği bünyesinde bulunan profesyonel eğitimciler ve uzmanlar tarafından veriliyor.

- Projenin amaçlarını nelerdir?

- Yola çıkış sorumuz; "Çocuklar bilimle ilgilenmeye nasıl teşvik edilir?" oldu. Tabii ki erken yaşta başlayarak! "Keşif Dünyası" ile temel amacımız da işte bu; çocukların erken yaşta bilim ile ilgilenmeye teşvik edilmesi.

Bunun sırrı ise aslında eğitim metodolojisinde yatıyor. Çünkü atölye çalışmalarında çocuklara bir şey anlatmak yerine, uygulamalı bilim atölyeleri ile onların deneyerek keşfetmeleri sağlanıyor. Bilim ve keşfetmek, merak ve

"Çocuklar bilimle ilgilenmeye nasıl teşvik edilir?" oldu. Tabii ki erken yaşta başlayarak! "Keşif Dünyası" ile temel amacımız da işte bu

soru sormakla başlıyor. Çocuklar küçük yaşlarda hayatı algılamaya çalışırken büyük bir merak içinde pek çok soru soruyorlar ve ne oluyorsa sonradan soru sormayı unutuyorlar. Soru sormak, sonrasında sorularına cevap aramaya çalışmak, bazen doğru bazen yanlış yapabilmek bilim için önemli. Merak, soru sorma cesaretine sahip olmak ve öğrenirken eğlenmek Keşif Dünyası'nın temelini oluşturuyor.

Ayrıca birbirinden eğlenceli deneyler yaparlarken bolca soru soruyorlar, sorularının yanıtını bulabilmek için çeşitli yollardan deneylerini yapıyor, bazen korkmadan hata yapıyor, sonra yeni baştan çözüm yolunu bulabilmek için bir kaşif hissiyle çalışıyorlar. Gözlem yapıyor, tahmin yürütüyor, gözlemlerini bir kaşif gibi kaydediyorlar ve en sonunda bir sonuca varıyorlar. Sorularına yanıt bulmak için farklı yollar deniyorlar. Bu da gözlem yapma, ölçme, önceden tahmin etme, verileri yorumlama, bu verilerden bir sonuç çıkarma ve bir karara varma gibi becerilerine katkıda bulunuyor. Yani aslında birer araştırmacı gibi çalışıyorlar. Programın sonunda da mucit sertifikalarını alıyorlar.

S4- Bu proje ile şimdiye kadar kaç öğrenciye ulaştınız?

C4- Keşif Dünyası projemizi ülkemizde, 2015 yılından bu yana Yaratıcı Çocuklar Derneği'nin iş birliği ve uzmanlarla birlikte gerçekleştirdiğimiz atölyelerde, yaklaşık 10 bine yakın öğrenci atölye çalışmalarına katılarak, bilimle keyifli bir deneyim yaşadı.

- Projelerinizle ilgili 2017 yılı hedefle-

riniz nelerdir?

- Keşif Dünyası ile programa yeni modüller ekleyerek, farklı platformları da değerlendirerek, daha çok sayıda çocuğun bu programdan yararlanması. Sürdürülebilirlik Elçileri programı ile hedef; sürdürülebilirliği sağlamak için çalışanların hepsinin Sürdürülebilirlik Elçisi olması. Böylece bunun sadece şirket içinde bir departmanın projesi olmasından öte herkesin sahiplenerek, elçilerin şu dört adımdan birini veya hepsini uygulaması ile topluma değer katılması.

1. Sürdürülebilirlik eğitimlerinden edindikleri bilgileri gelecek nesillerle paylaşmaları
2. Çalıştıkları tesislerde sürdürülebilirliğe uygun davranmaları
3. İş ortakları ile sürdürülebilirlik konusunda işbirlikleri geliştirmeleri
4. Kurumsal gönüllülük çalışmaları ile topluma fayda sağlamaları

- Sizin eklemek istediğiniz bir konu var mı?

- Bu konuda şirket içinde de çalışanlarda sürdürülebilirlik konusunda farkındalık yaratacak aktiviteler organize ediyoruz. Örneğin; geçtiğimiz günlerde Sürdürülebilirlik Haftasını kutladık. Daha sürdürülebilir bir dünya için atılacak en küçük adımın bile çok değerli olduğu bilinci ile çalışanlar sürdürülebilirlik köşesine yerleştirilen bir bisiklet ile pedal çevirdiler. Pedal çevirirken, kendi enerjilerini üreterek, bisiklete bağlı olan meyve suyu sıkacağını çalıştırarak, karşılığında meyve suyu kazandılar.

Bu konuda şirket içinde de çalışanlarda sürdürülebilirlik konusunda farkındalık yaratacak aktiviteler organize ediyoruz.

Tek ilham kaynağımız doğa

Medyayı özgürleştirin ki insanlık yaşasın

Agency Europe & Anatolia
Haber Ajansı
http://aea.eksantrik.com

1993'den bu yana
güvenilir ve bağımsız.

Bir *Ekşioğlu Medya Grup* kuruluşudur.

Kübra Nebioglu / *nebioglukubra@gmail.com*

(satır ayracı)

Odak...

Son zamanlarda kitap okuma alışkanlığım biraz değişti. Geçtiğimiz yıl koçluk eğitimimin başlaması ile birlikte kişisel farkındalık üzerine birçok kitap ile haşır neşir olmaya ve birbirinden farklı kavramları anlamaya çalıştığım günler başladı. Eğitimimin tamamlanmış olmasına rağmen bu sürecin daha uzun bir süre de devam edeceğinin farkındayım.

Kişisel gelişim kitapları ilk zamanlarda oldukça zevkliydi çünkü adeta üzerinde yazıp çizdiğim ders kitaplarım halini almıştı. Fakat zaman geçtikçe kendimi sürekli ders çalışıyormuş gibi hissetmeye başladım ve beraberinde kitap okuma hızım da düşmeye başladı. İlk aklımagelenbir eğitim alarak beni engelleyen her ne ise onu ortadan kaldırmak ve hızlı kitap okuma tekniklerini öğrenmek oldu. Çünkü hayalim hiç durmadan kitap okuyabilmekti. Tam bu süreçte koçluk eğitimimin 4.modülündeki ziyaretinde Dr.Barensel Varhan'a,bu konu ile ilgili düşüncelerimi ve planlarımı anlattım ve tavsiyesine başvurdum. Doktor olarak tıbbın çeşitli alanlarında edindiği tecrübelerini; işletme, tıp hukuku, klinik psikoloji ve iş yeri hekimliği alanlarında eğitim alarak destekleyen Varhan'ın bana sorduğu ilk soru şu oldu; "kişisel gelişim kitapları dışında başka hangi türde kitaplarokuyorsun? Peki onları okuma hızın nasıl?"Cevabım çok netti; "pek çok farklı tarzda kitaplar okuyabilirim yeterki konusu akıcı ve mantıklı olsun. Zaten çoğu kitabı okurkenodağım yüksektir ve okurken zaman kavramını unutarak 'akış'a geçebilirim."

Peki şimdi farklı ne olmuştu da yavaşlamıştım ve odağımı kaybediyordum?

Kitapları ders kitabı gibi görmeye başladıkça, her cümlesinin altını çizmeye, yanlarınanotlar alıp, renkli kağıtlar yapıştırmaya başlamıştm. Bu da dikkatimi sürekli dağıtmama sebep oluyordu. Bazen kitapokurken gözlerimi bir fotoğraf makinesinin 50 mm lensi gibi hissederim. Sadece okuduğumsatırları netler, diğertüm satırları hatta çevremdeki herşeyi bulanıklaştırırım. Yeni farkındalığım ile şunu söyleyebilirim ki; sayfanın sağı solu ile o kadar uğraşıyormuşum ki herşey ilgi alanıma giriyor, hiçbirşeyi netleyemiyormuşum.

Dr. Varhan'ın tavsiyesi,konusu ne olursa olsun elimdeki kitabı sanki sürükleyici birromanmışgibi okumam üzerine oldu. Endişelenmememi ve zaten beynimin yeni bilgiyi süzüp alacağını söyledi. Gerçekten öğrenme kaygısı ortadan kalkında yerini akıcılık, heyecan ve odağın aldığını deneyimledim.

Şimdilerde W.Timothy Gallwey'in İş Hayatında Zihin Oyunları adlı kitabını okuyorum. Kitabın zaten zevkli olduğunuduymuştum ama artı olarak okumamçok rahat ve akıcı gidiyor. Bu kitap ile birlikte yazmak istediğim birçok konu başlığım oldu ancak bu ayki yazımı kitaptan çok beğendiğim birkaç cümleyi sizlerle paylaşarak tamamlamak istiyorum.

"Farkındalık sankiışık gibidir. Aydınlanan herne ise artıkbilinir ve anlaşılır hale gelir. Sadeceodaklanışmış bir aydınlık objeyi daha net ve görünür kılar. Odaklanılmışbirfarkındalıkla dünyamızdaha anlaşılır hale gelir. Dikkatimizi çok darbiraçı ile verdiğimizde bazen hatalı yargılara varabiliriz, bu da genellikle "dar bir vizyon"lasonuçlanır. Bu dar vizyon bireyde de, birgrup beraber çalışanda da görülebilir…"

Böyle bir farkındalık ile hayatıma baktığımda; çok mu yazıp çizmişiz, sağını solunu işaretlemişiz hayatın diye soruyorum kendime? Unutmayalım da dönüp dönüp bakabilelim diye önüne arkasınarenkli kağıtlar mı yapıştırmışız yaşananların? Sonrada odağımızı kaybetmiş, neyi okuduğumuzu mu unutmuşuz acaba? Düşünmekte fayda var...

Sevgiler,

İşleri dert etmeyin
Doğayı yaşatın ki insanlık yaşasın
Eksantrik
Prodüksiyon
http://www.eksantrik.com
Nasıl olsa bir gün, bir şekilde
birlikte iş yaparız.
Bir Ekşioğlu Medya Grup kuruluşudur.

ZUBİZU'nun yeni reklam filmleri...

ZUBİZU'nun yeni reklam filmleri yayınlandı. Rafineri Reklam Ajansı tarafından hazırlanan filmlerde bildiğimiz masal karakterlerinin, kendi dünyalarından çıkıp ZUBİZU'nun harika dünyasıyla yeni lezzetler, yeni keyifler keşfettiklerini görüyoruz. Pamuk Prenses, yıllardır yediği elmadan, Kırmızı Başlıklı Kız ise yıllardır giydiği kıyafetten ZUBİZUile vazgeçerek ayrıcalıklı bir dünyaya adım adıyor.

Kampanya Künyesi
Reklamveren: ZUBİZU (Doğuş Müşteri Sistemleri)
Reklamveren Temsilcileri: Selen Yığın, Didem Aşkın Sinnar, Aslı Şahin, Billur Somer
Reklam Ajansı: Rafineri
Yaratıcı Yönetmen: Ayşe Bali
Yaratıcı Grup Direktörü: Ali Şener
Yaratıcı Grup: Gizem Şengüler, Pelin Ün, Emel Karadeniz, Gökçe Işıl Şen
Marka Takımı: Erbek Onur, Aslı Aksu, Şafak Ertemiz
Stratejik Planlama: Kayansel Kaya, Zühre Erdoğan
Ajans Prodüktörü: Şafak Serter, Açelya Ülkümen

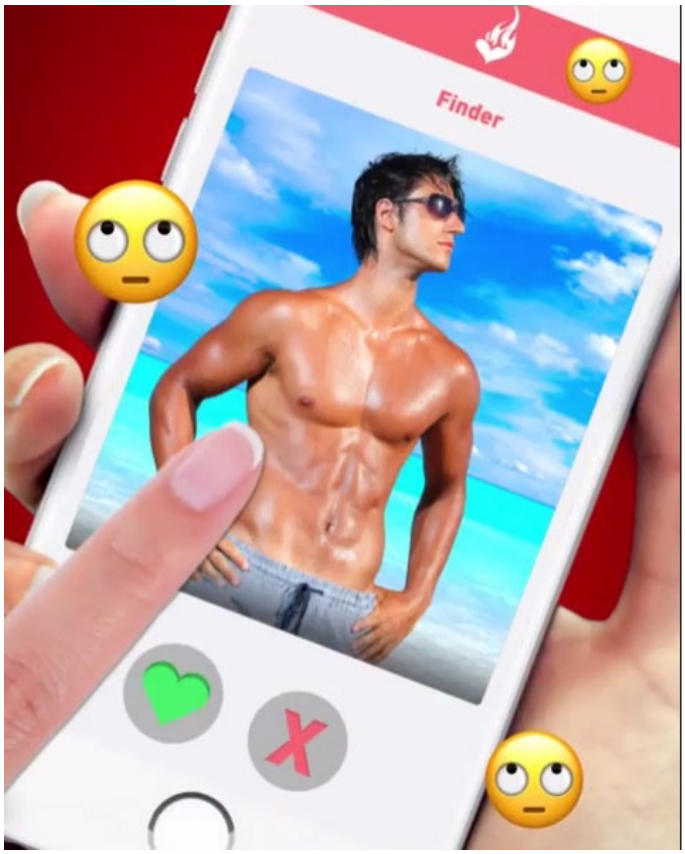
Doğallığın Keyfini Sür...

PuckGlobal işbirliği ile Sarelle reklam filmi "Öyle ya da böyle, Sarelle her türlü yenir.'' söylemini sürdürerek keyifle kurulan her sofrada, herkesin istediği gibi Sarelle yiyebileceğinin mesajını veriyor.

Kampanya Künyesi
Reklamveren: Sanset Gıda
Reklam Yetkilileri: Aslı Eren Şengezer, Nilüfer Rezaie Adli
Kreatif Ajans: Puck Global
Ajans Başkanı ve Kreatif Direktör: Haluk Erkmen
Kreatif Ekip:GüçkanSarıtekneci, Burak Evlice, Çağatay Sönmez, Fatma Hasbolat, Ecem Orhan, Erdi İpek
Müşteri İlişkileri: Deniz Yaşar, Sevda Ersoy
Yapım Şirketi: Spark Film
Yönetmen: Eren Akay
Gör.Yönetmeni: Alp Korfalı
Post Prodüksiyon : MOJO FX
Müzik: Jingle House
Medya Ajansı: People
Kullanılan Mecralar: TV, İnternet

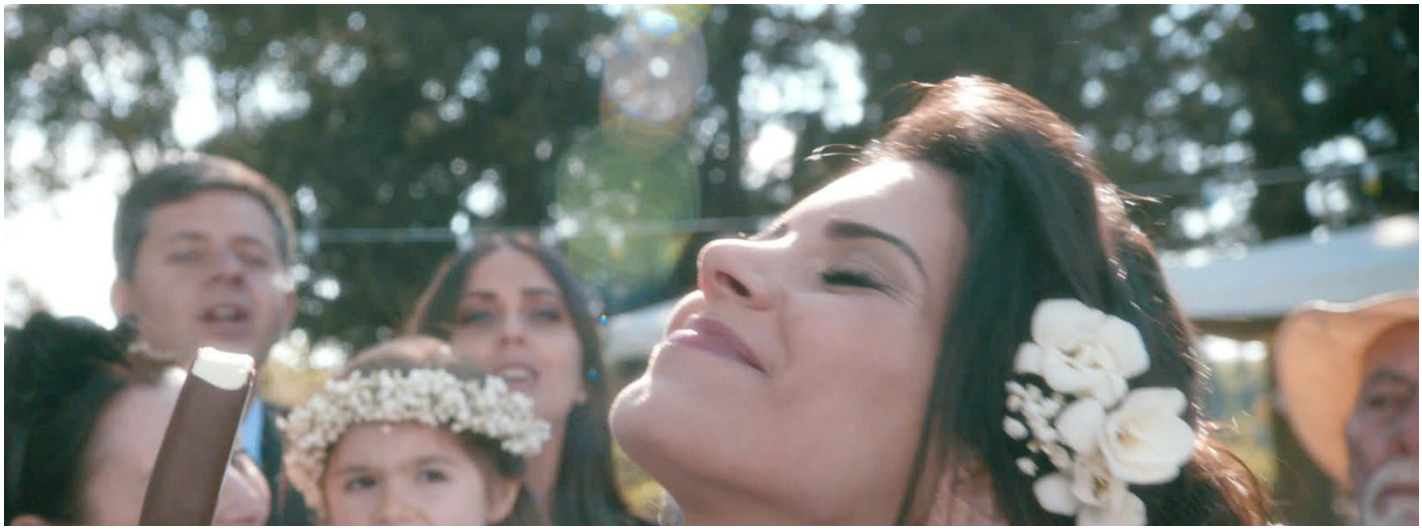
KFC dijital dünyada...

KFC dijital dünyada da. Türkiye'de ilk kez Instagram hesabı açan KFC Türkiye "admini özgür bırak" mesajı ile ilginç bir başlangıç yaparak hesabın ismi, görseli ve biyografi yazısını takipçilerine emanet etti. Kampanya kapsamında takipçilerine "Profil fotosu, ismi ve biyografi yazısı hangisi olsun?" gibi sorular sordu. KFC Türkiye'nin sunduğu profil ismi seçeneklerinden en çok like'ı "KFC Bey,biyografi yazısında ise "Taktik maktik yok, But but but" aldı.
Tüm bunlara birlikte KFC Türkiye, ilk Instagram postuna 2 bin 500 yakın"like" alarak yeni bir rekora imza attı. KFC Türkiye Instagram sayfası kısa sürede3 postu ile toplamda1,5 milyon gösterim, 5bine yakın etkileşim aldı.



Kampanya Künyesi
Yaratıcı Ekip: Oğulcan Türe, Onur Ada, Ozan Dündar
Sosyal Medya Yaratıcı Ekibi: Selin Bayraktar, Mesut Özsan
Müşteri İlişkileri: Cemre Naz Yaşar, Deniz Arslan
Dijital İletişim Ajansı: Pure New Media
Reklamveren: KFC**Reklamveren Yetkilileri:** Zeliha Şener, Yasemin Karakaya, Cansu Akalın

Pernigotti IL Gelato reklam filmi...



Pernigotti IL Gelato, Türkiye'deki ilk iletişim kampanyasını hayata geçirdi. Alaaddin işbirliğiyle yürüttüğü kampanyada İtalyanların coşkulu, kahkaha dolu, eğlenceli yaşam tarzlarını merkeze alan doğal ve neşeli bir hikaye anlatıyor

Kampanya Künyesi
Reklamveren: Sanset Gıda / Pernigotti il Gelato
Reklamveren Temsilcileri: Gizem Tokgöz, Eyüp Türkoğlu
Reklam Ajansı: Alaaddin
Yaratıcı Grup Başkanı: Murat Doğu
Yaratıcı Grup: Ferdi Çağlayan, Hakan Çevlikli
Müşteri İlişkileri Direktörü: Serpil Neslihan Tüdeş
Yapım Şirketi: Vana Film
Jingle: 25Yapım

#yakısırmı...

"Kiğılı, çocukları için her şeyi yapan ve yapmaya hazır olan babaların hikayesini duygu yüklü bir reklam filmi ile ekrana yansıtıyor

Kampanya Künyesi
Reklamveren: Kiğılı
Reklamın Başlığı: Yakışır mı?
Reklam veren Yetkilileri: Sena Suerdem, Tuğba Şen, Tolga Şaylıman, Ayşem Bezsatan, Yaşar Engin Ayan
Reklam Ajansı: Sesli Harfler linked by isobar
Kreatif Direktör: Can Özmert
Yaratıcı Ekip: Semih Altıner, Danem Gizil Karakılavuz, İlker Şener, Neşe Elçin
Marka Ekibi: Yağmur Erdoğan
Ajans Prodüktörü: Muzaffer Yiğit
Yapım Şirketi: Post LAB
Yönetmen: Bora Yüksel
Yürütücü Yapımcı: Büşra Şeftalicioğlu
Dublaj Sanatçısı: Emre Kınay
Mecra: Dijital Medya - Sinema

Patos'tan şekillisi yok...

Patos'un yeni ürünleri Patos Mixos Kuruyemiş Tadında ve Patos Rolls Çiğköfte Tadında raflardaki yerini aldı. Cips severlerin beğenisine sunulan ürünlerin yeni reklam filmleri de televizyonlarda yayınlanmaya başladı.

Kampanya Künyesi
Reklamveren: Patos
Reklamveren Yetkilisi: Harika Karakan, Cansu Cangöz, Dilara Demiryürek
Reklam Ajansı: TBWA\Istanbul
CCO: İlkay Gürpınar
ECD: Volkan Karakaşoğlu
Yaratıcı Ekip: Orkun Önal, Ergin Doğanay, Ayşem Erk
CSO: Toygun Yılmazer
Genel Müdür Yardımcısı, Stratejik Planlama: Tuğyan Çelik
Stratejik Planlama Ekibi: Can Çalışkan, Nilgün Sezgin
Prodüksiyon Ekibi: Evrim Saraçoğlu, Dilan Davutoğlu, İrem Akalın

Kasapdöner'den yeni reklamlar...

Kasap Döner, yine sıra dışı bir işe imza attı. 4 farklı kurguda çekilden yeni reklamları ile döner severlerin karşısına çıkan KasapDöner, yine Türkiye standartlarının üzerinde bir iş ile son yılların en renkli reklamlarından birine imza attı. ''Hiç KasapDöner yiyenle yemeyen bir olur mu'' sloganı ile yine farklı bir işe imza atmanın mutluluğunu yaşadıklarını belirten Global Restoran Yatırımları A.Ş Genel Müdürü Bahar Özürün, ''Sadece bifteklik etten yaptığımız dönerimiz ile sadece döner değil tüm hızlı yiyecek sektöründen ayrışıyoruz. Bu reklamlarda da KasapDöner olarak hem yeni sloganımızı belirlemiş, hem de abartılı mizah unsurunu kullandığımız eğlenceli filmlerimizle bu farkımızı belirtmiş olduk'' dedi.

Kampanya Künyesi
Reklam veren: KasapDöner
Ajans: EOS Medya Yapım
Prodüksiyon : Decibel Organizasyon ve Prodüksiyon
Yönetmen: Tuğrul Uğur
Görüntü Yönetmeni: Enes Taşçı
Reklam Müzikleri: Zımba Grubu

Koton'un yeni reklam filmi...

Koton, marka yüzü Fahriye Evcen'le çektiği son reklam filmini yeni sezonun trendi rengarenk elbiseler için çekti. "Şimdi Rengarenk Elbiseler Moda" sloganlı reklam kampanyası, 9 Haziran'dan itibaren TV kanallarının yanı sıra açık hava ve yazılı basın mecralarında da yer alıyor.

Kampanya Künyesi
Reklamveren: KOTON Marka Ekibi: Abide Turan, Esra Süzme
Reklam Ajansı: TBWA\Istanbul
CCO: İlkay Gürpınar
ECD: Volkan Karakaşoğlu
Yaratıcı Ekip: Orkun Önal, Serdar Güngör, Ayşem Erk
Marka Ekibi: Ayşe Şenünver Erdoğan, Tuğçe Asrak, Ceren Kaban
CSO: Toygun Yılmazer
Genel Müdür Yardımcısı, Stratejik Planlama: Tuğyan Çelik
Stratejik Planlama Ekibi: Ceren Şehitoğlu, Dilara Çelikkanat
Prodüksiyon Ekibi: Evrim Saraçoğlu, Nevra Aydın, Ece Öncü
Prodüksiyon Şirketi: Anima İstanbul
Yönetmen: Tolga Karaçelik
Medya Ajansı: Cereyan
Müzik: Jingle Jackson
Dijital Ajans: Wanda
Kullanılan Mecralar: TV, dijital, outdoor

Suede modelinin reklam filmi...

PUMA ile geçtiğimiz yıl imza attığı iş birliğini globalde de devam ettiren Didem Soydan ve PUMA'nın bir ikon haline gelen Suede modelinin reklam filminin yanında birçok PUMA videosunun da yönetmenliğini yapan ve bu videolarda oyuncu olarak da yer alan Umut Eker Suede'in 49.yılı için çekilen videoda karşımıza çıkıyor.
Eğlenceli karelerin elde edildiği videoda özellikle hip-hop ve r&b ögeleri ve sokak kültürü dikkat çekiyor.

Kampanya Künyesi
Reklamveren: PUMA
Medya Satın Alma: ZenithOptimedia
Yönetmen: Umut Eker
Yapım: Ekrem Tekdal
Görüntü Yönetmeni: Fırat Sözbir

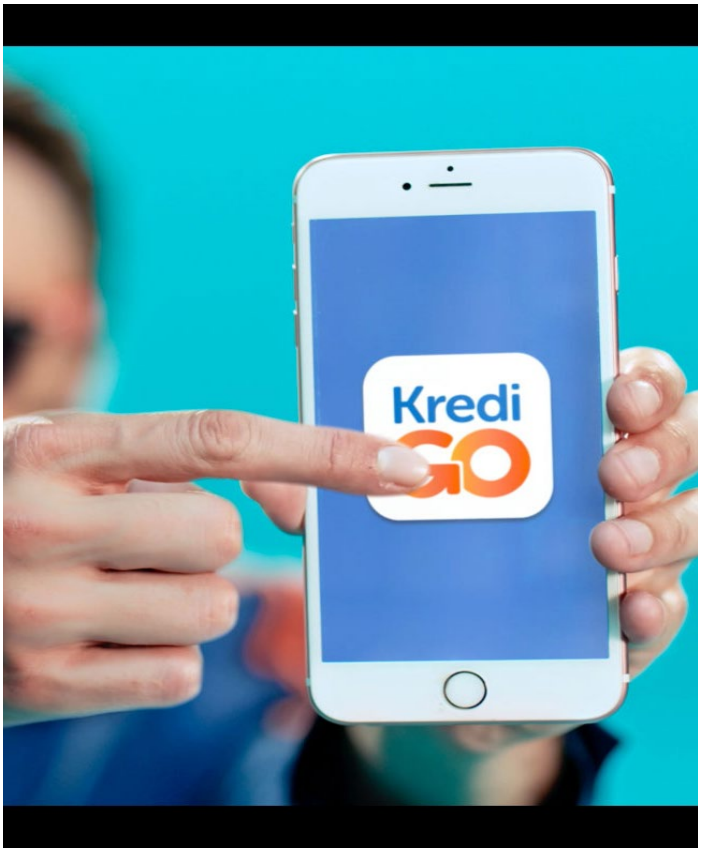
Sen Yeter ki Hayal Et...

Türk Telekom, iletişim stratejisi 'Sen Yeter ki Hayal Et' kapsamında Babalar Günü'ne özel reklam filmiyayınladı. Reklam filminde, babaların çocuklarına söyleyemeyip, içlerinde tuttukları düşünceleri, Zafer Peker'in meşhur 'Diyemedim' şarkısının sözleri değiştirilerek duygusal bir şekilde yansıtıldı. TBWA İstanbul tarafından hazırlanan ve çekimleri bir gün boyunca İstanbul'da çeşitli mekanlarda süren filmin yönetmen koltuğunda Vana Film'den Eli Kasavi yer aldı.

Kampanya Künyesi
Reklamveren:Türk Telekom
Reklamveren Ekibi: Hakan Dursun, Gelincik Onan, İrem Kaya, Göksu Karaman, Didem Tüzün Dülger, Deren Soykan
Reklam Ajansı: TBWA\ISTANBUL
CCO: İlkay Gürpınar
ECD: Volkan Karakaşoğlu
Yaratıcı Ekip: Eser Yazıcı, Gamze İçhedef, TaygunTaşcı, Ferhan Dayıoğlu
Marka Ekibi: Ömer Üstündağ, Ceyda Pehlivan, Emel Özşen
CSO: ToygunYılmazer
Genel Müdür Yardımcısı, StratejikPlanlama: Tuğyan Çelik
Stratejik Planlama Ekibi: Can Çalışkan, Kerim Yeğin
Prodüksiyon Ekibi: Erman Karahisarlı, Eren Bakırcı
Prodüksiyon Şirketi: Vana Film
Yönetmen: Eli Kasavi
Post Prodüksiyon: Sinefekt
Müzik: Cenk Çelebioğlu

KrediGo reklam kampanyası...

QNB Finansbank KrediGo, reklam kampanyasında izleyiciyle buluşan enerjik dansı ve müziğiyle, kredi alma sürecini tamamen değiştirdiğini müjdeliyor.Kampanyanın reklam filmi müziği için 'Yaradana Kurban' şarkısının sözleri değiştirilerek modern bir altyapıyla tekrar düzenlendi.
Rabarba imzası taşıyan KrediGo kampanyasının reklam filminin yönetmenliğini ise geçen yıl çektiği "Baskın" adlı korku filmiyle Türk sinemasını dünyada temsil eden Can Evrenol yaptı.



Kampanya Künyesi
Reklamveren: Nilgün Bosum, Melek İnan
Ajans: Rabarba
Yaratıcı Ekip: Pemra Ataç Açıktan, Murat Yaylagül, Elif Özüdoğru, Volkan Yanık, Özgür Öztürk, Ayça Eriş, Alp Kızıltan, Burcu Köken
Müşteri İlişkileri: Pelin Önal, Murat Yaz, Özde Gırgırlar
Strateji: Oğuz Savaşan
Prodüksiyon: Duygu Demirkoparan
Yapım Evi: FilmColony/Can Evrenol
Medya Ajansı: People İnitiative
Mecra: TV, Radyo, outdoor, dijital, sinema

Babandan iyi mi bileceksin?...

Tekzen, Babalar Günü için 5 tane kısa film çekti.
Viem Ajans tarafından hazırlanan ve "Babandan iyi mi bileceksin?" sloganının kullanıldığı filmlerde, tamir etmek isterken genellikle bozan ve bunun için de farklı bahaneler sunan baba figürleri yer alıyor. Ayrı hikâyelerin kurgulandığı filmlerde, ütü, musluk, vantilatör, kumanda ve buzdolabı tamir etmek isteyen babaların tamirat maceraları esprili bir dille anlatıyor.

Kampanya Künyesi
Reklamveren: Tekzen
Reklamveren yetkilisi: Tekzen
Pazarlama Müdürü: Mehmet Cem Kızılkaya
Reklam ajansı: Viem
Kreatif direktör: Uğur Genç
Yaratıcı ekip: Nurcan Altan, Aykut Çelebi
Prodüksiyon: PPR İstanbul
Yönetmen: Gökçe Erenmemişoğlu
Sosyal medya ajansı: Markis

Octavia ve Butik Şeker...

Şölen, Ramazan Bayramı'nı keyifli bir reklam filmiyle karşılıyor. Şölen markalarından Octavia ve Butik Şeker'in bayrama özel reklam filmlerinde bir baba kızına bayram çikolatası ve şekeri seçmenin inceliklerini anlatıyor. Anlattıkça da Octavia ve Butik Şeker yiyor.

Kampanya Künyesi
Reklamveren: Şölen
Reklamveren Temsilcileri: Yavuz Feyzioğlu, Hayat Kapukaya Turaman, Serkan Bozkurt, Eray Er
Reklam Ajansı: Rabarba
Yaratıcı Ekip: Pemra Ataç Açıktan, Murat Yaylagül, Elif Özüdoğru, Volkan Yanık, Burcu Koken, Ayça Eriş, Özgür Öztürk
Müşteri İlişkileri: İrem Akbaşak, Ezgi Sezar
Stratejik Planlama: Oğuz Savaşan
Prodüksiyon: Pelin Önal, Duygu Demirkoparan
Medya Planlama/Satınalma: Speed Medya
Yapım Evi: Kala
Yönetmen: Özer Feyzioğlu
Mecra: TV, İnternet, Açıkhava

Doğu ve Batı Kült

türünün Sentezi...

19 Mayıs resmi tatilini fırsat bilip bir gün de yıllık izin alıp,
Tnus gezisi yapmaya karar verdim.
Tunus tatil arkadaşlarım, annem, babam
ve onların iki arkadaşı. 5 kişiyiz.
Hemen hazırlıklara koyuldum. Öncelikle uçak biletlerini aldım.
Sonra bir araba kiraladım.

Fotoğraflar ve yazı Seval Duban / *seval@sevalduban.com*

19 Mayıs resmi tatilini fırsat bilip bir gün de yıllık izin alıp, Tunus gezisi yapmaya karar verdim. Tunus tatil arkadaşlarım, annem, babam ve onların iki arkadaşı. 5 kişiyiz. Hemen hazırlıklara koyuldum. Öncelikle uçak biletlerini aldım. Sonra bir araba kiraladım. Sonra da Sousse' nın muhteşem sahilinde bir tatil köyünden rezervasyon yaptırdım. Gezilecek yerleri de çalıştıktan sonra benim görev bitti. Sabah 8:30 uçağıyla Kartaca havaalanına doğru yola çıktık. 2,5 saatlik yolculuğun ardından havaalanına vardık. Hemen exchange ofise gidip paraları değiştirdik. Europcar'dan arabamızı alıp Sidi Bou Said' e doğru yola koyulduk.

Kuzey Afrika'da bulunan, bir Arap ülkesi olan Tunus'un, batısında Cezayir, doğusunda Libya, kuzeyinde ise Akdeniz yer alıyor. Tunus, yüzyıllar boyu farklı medeniyetleri, Fenikeliler, Romalılar, Bizanslar, Araplar ve Osmanlılar vs. bünyesinde barındırmış.

12 Mayıs 1881' de, Fransız sömürgeciler tarafından işgal edilen Tunus, uzun yıllar Fransa' nın işgalinde kalmış. Habib Burgiba'nın başlattığı bağımsızlık mücadeli sonucunda, 20 Mart 1956'da, Fransızlar işgale son vererek Tunus'un bağımsızlığını tanımışlar. Ama Tunus halkı için pek değişiklik olmamış çünkü Habib Burgiba, müslüman halka çok eziyet etmiş.

Bir kıyı ülkesi olan Tunus'a Akdeniz iklimi hakim. Yazları sıcak ve kurak geçerken, kışları ılık ve yağışlı geçiyor. Genellikle kıyı kesimleri, iç kesimlerine göre daha serin. Bölgeye göre de, aldığı yağış miktarı farklılık gösteriyor. Bazı yerleri çok yağış alırken, bazı bölgeleri az yağış alıyor. Ayrıca burada kar ve don olayları görülmüyor.

Ünlü, Büyük Sahra Çölü, Tunus'ta yer alıyor. Tunus'un güneyi çöl olmasına rağmen kuzeyinde oldukça geniş ormanlık araziler mevcut. Ormanlık araziler haricinde dikim için tarlalar da mevcut. Akdeniz iklimine sahip bu güzel ülkede çok fazla zeytin ağacı var ve zeytinleri çok lezzetli. Ayrıca dağların kıyıya paralel uzandığı Tunus'un güneyinde çok sayıda göl bulunuyor. Üstelik bir tanesi de tuz gölü.

Avrupa ile arasında Sicilya Boğazı bulunan Tunus, Avrupa'ya da çok yakın bir ülke. Batılı bir ülke görünümde olmasıyla birlikte, doğunun o egzotik dokusunu da taşıyor. Bunu mimarisine bakınca çok net anlıyorsunuz.

Minik bir Tunus bilgisini de verdikten sonra gezimize devam ediyoruz :)

Sidi Bou Said, Kartaca havaalanına 15 km uzaklıkta turistik bir kasaba. Mavi çerçeveli, bembeyaz taş evleri olan, bahçelerinden begonviller sarkan harika bir kasaba. Bu minik kasabanın bir de marinası var. Minik yelkenlilerin,

balıkçı teknelerinin bağlı olduğu şirin bir liman. Sidi Bou Said genel olarak Yunan adalarına benziyor. Gördüğümde inanamadım. Tunus' ta böyle bir yer beklemiyordum açıkçası.

Arabımızı park ettikten sonra yokuş yukarı, hediyelik eşyalara baka baka en üst tarafa doğru yürüdük . Sidi Bou Said Limanının hemen üst tarafında Cafe Des Delices diye bir mekan var. Google' da Tunus' un gorsellerine baktığınızda göreceginiz mekan :) Bembeyaz duvarları ve renkli kilimlerle süslenmiş oturma yerleri, aşağıda turkuaz rengi deniz... Muhteşem bir görsellik.

Güzel manzara eşliğinde keyif yapalım dedik. Cok acıkmış olduğumuz için de yemek sipariş ettik. Hepimiz ızgara et soyledik ama hiç birimiz yiyemedik. İnanılmaz sertti. Sunum 10 numara 5 yıldız ama etler kayış gibi sert :(Yiyemeyince etrafta dolanan kedilere verelim dedik ama o garipler de yiyemedi :) Dişleyip dişleyip geri bıraktılar :)

Cafe Des Delices' te yemek yiyeceksenіz, balık, pizza veya makarnayı tercih edin. Fotoğrafçılık ile uğraşanlar için, Tunus'a özgü renkli işlemeli kapıların, mavi - beyaz evlerin fotoğraflarını çekmek eğlenceli olabilir.

Sidi Bou Said, Kartaca havaalanına 15 km uzaklıkta turistik bir kasaba.

Tunus, görsellik olarak çok şık bir yer olmakla birlikte çeşitli sporlar için de favori mekanlardan biriymiş. Mesela golf. Tunus'ta çok fazla golf sahası var ve bir çok otel bu spora hizmet etmek için kocaman alanlar tesis etmiş. Çok sayıda Golf Resort mevcut. Golf' ün yanı sıra su sporları da Tunus'ta oldukça yaygın. Dalış, yelken vs.

Sidi Bou Said' de dolaşıp yemek yedikten sonra Kartaca'ya doğru yola çıktık. Sidi Bou Said ile Kartaca arası 5 km civarında. Kartaca'ya vardığımızda öncelikle, 9.yy'da Elyssa Didon tarafından kurularak, yüzyıllarca dünya denizlerinde egemen olmuş uygarlığın kalıntılarının sergilendiği dünyaca ünlü Roma Antik kentine gittik. Fakat bizimkiler uykusuz ve yorgun oldukları için mırın kırın edip, antik kenti gezmek istemediler.

Acropolium ve Cathedral St. Louis (St. Louis Katedralinin civarlarında birer tur atıp kalacağımız otelin bulunduğu Sousse' ye doğru yola çıktık.

Biz gezemedik ama Kartaca gezilmesi

gereken yerler; Arkeoloji Parkı, Cumhurbaşkanlığı Sarayı, Kartaca Ulusal Müzesi, Okyanus Müzesi.

Tüm bunları gezebilmek için benim bir kez daha Tunus' a gitmem gerekecek :(Avrupaya komşu olan Kartaca geçmiş yüzyıllarda Roma üzerine epey korku salmış. Kartaca'nın bulunduğu noktanın jeoekonomik konumunun verdiği avantaj ve Fenikeli atalarından kalan üstün ticaret bilgisiyle kısa zamanda zengin olan Kartacalılar zamanla İspanya ve Fransa'nın belli bölgelerini denetimleri altına almışlar. Kartaca'nın güçlendiği bu dönem, İtalya kıtasının merkezinde de Roma devlet kuruluyor. Kısa zamanda güçlenen Roma ile Kartaca' lılar arasında çatışmalarda başlamış, zamanla. 218 yılında yapılan savaşta, Hannibal komutasındaki Kartacalılar Roma ordusunu büyük bir yenilgiye uğratarak Roma üzerine yürüyüşe geçmiş. Alpleri aşan Hannibal ve ordusu üstüne gönderilen tüm orduları ezerek, İtalya'yı egemenliği altına almış. Fakat o sırada ülkesinden askeri yardımın gecikmesi ve yardıma gelen abisinin öldürülmesi üzerine İtalya'yı terkederek ülkesine geri dönmüş. Bunu üzerine, son kalan Roma ordusu Kartaca'ya çık-

Indiana Jones ve İngiliz Hasta filmlerine ev sahipliği yapmış olan Sousse'un muhteşem sahilleri var.

mış ve ülkeyi tarihten silmiş.

Tüm bu olayların yaşandığı Kartaca' yı gezemeden, Sousse' ya doğru, boynu bükük bir şekilde yol aldım.

Europcar'dan kiraladığımız araç Hyundai i20 çıktı. 5 kişi olduğumuz için arkada oturanlar hafiften sıkıştı :) Tunus halkı trafik kurallarına çok dikkat ediyor. Çok fazla nüfus ve araba olmadığı için çok da trafik olmuyor. Kartaca ile Sousse arası 160 km. Otobana çıkıp 2 saat sonra Sousse'da kalacağımız tatil köyüne vardık.

Indiana Jones ve İngiliz Hasta filmlerine ev sahipliği yapmış olan Sousse' un muhteşem sahilleri var. İncecik sarı kum ve turkuaz rengi deniz, kocaman lüks tatil köyleri vs. Özetle, Sousse, muhteşem bir tatil beldesi. Üstelik havada hiç nem de yok. Dolayısıyla yapış yapış olmuyorsunuz.

Tatil köyüne varıp, anahtarları alıp odalarımıza çıktık. Üzerimi değiştirdikten sonra doğru denize :) Çok özlemişim yüzmeyi. En son Ocak ayında Küba'da yüzmüştük. Çok zaman geçmiş üstünden.

Deniz faslından sonra yemek yemek ve etrafı dolaşmak için Sousse'yı gezmeye çıktık. Önce Medina denen eski şehrin olduğu yere gittik. Fakat akşam sokaklarda kimsecikler yoktu. Sonra Ribat'ın karşısındaki sokağa gidip bir şeyler yedik. Çok yorulduğumuz için de erkenden otele gidip uyuduk.

Ertesi gün kahvaltıdan sonra ben bir kez daha denize girdim. Ondan sonra da Monastir'a doğru yola çıktık. Monastir ile Sousse arası 28 km.

Eski Cumhurbaşkanı Habib bin Ali Bourguiba'nın doğduğu şehir olan Monastır; Bourguiba ile aynı adı taşıyan Türk mimarisi ile dekore edilmiş cami ile tanınıyor.

Arabamızı Bourghiba Mozolesine' ne yakın bir yere parkedip başladık, dolanmaya. Monastir (Munastır, Münestir) turistik bir merkez olmakla birlikte ayrıca da bir balıkçı şehri.

Diğer şehirlerde olduğu gibi burada da tüm tarihi ve turistik yapılar dip dibe. Önce Bourghiba Mozolesi' ninbulunduğu alanı gezdik fakat Bourghiba Mozolesi'ne girmedik çünkü kapalıy-

dı. Bourghiba Mozolesi'nin içinde eski Cumhurbaşkanı Habib Burgiba'nın mozolesi ve kişisel eşyaları varmış. Fotoğraflarda gördüğüm kadarıyla içerisi oldukça güzelmiş. Mozole'ye gitmek için uzun bir yoldan yürüyorsunuz, etraf pırıl pırıl. Mozolenin olduğu anıt binanın kubbesi altın rengi ve her iki yanında, dikdörtgen birer kule yer alıyor.

Habib Burgiba, kendi anıtını, yaşadığı dönemde kendisi yaptırmış.

Bourghiba Mozelesi'nin hemen ön tarafında çeşmeler ve gölgelikler var. Sıcaktan bunalıp, serinlemek için ideal. Bourghiba Mozelesi' nin (Cimetière de Monastir) etrafı komple mezarlık. Beyaz mezar taşlarıyla kaplı kocaman bir mezarlık. Sahil tarafında ise Monastir Ribat var.

Her gittiğimiz yerde Ribat var, yani kale. Ama hepsinin ismi Ribat. Meğerse Ribat, Sınır boylarında ve stratejik mevkilerde askeri amaçlı müstahkem yapılara verilen admış. Sözlükte "düşman saldırılarını önlemekiçin sınır boylarında nöbet tutmak" anlamındamasdar olan ribat kelimesi, Kur'an-ı Kerim'de "ribatü'l-hayl" (cihad için bağlanıpbeslenen atlar) şeklinde geçiyormuş. Aynı kökten "rabitu" emri de "Cihad için hazırlıklı olun" şeklinde açıklanmış. Ribat

Eski şehrin yani Medina Sousse' nın etrafı komple surlarla çevrili ve içerisinde yerleşim yeri var.

terimi hadislerde, Allah yolunda savaşmak için atların hazır tutulmasının yanı sıra daha çok "nöbet tutmak" ve "sınır muhafızları" anlamlarında kullanılmış.

Sıcakta bunalan annem ve arkadaşları kaleyi gezmek istemedikleri için alışveriş etmek üzere Medina yani eski şehire gittiler. Biz de babamla Monastir Ribat' ı gezdik. Monastir, Fenikeliler döneminden beri önemli bir ticaret merkeziymiş. O nedenle burada da kocaman bir Ribat var. Ribat'ın içi Mardin'deki evleri andırıyor. Orta kısmında büyük bir avlu var ve zaman zaman orada konser veya gösteriler yapılıyormuş. Ribat'ın büyüleyici atmosferinde gezindikten sonra dışarı çıktık.

Ribat'ın hemen yanında Great Mosque denilen eski bir camii var. Onun da görünümü Ribat'tan aşağı kalır değil. Yalnız hem Ribat hem de Great Mosque hakkında bilgiye ulaşamadım. Ne zaman yapılmışlar, kim yaptırmış vs.

Babam, Cuma namazını kılmak üzere son derece ihtişamlı görünen Bourghiba Camii' ne gidince ben de bir başıma kaldım. Medina sokaklarında dolaşıp annemlere bakındıysam da onları bulamadım. Ben de aheste aheste eski pazarı gezip sonra bir kafeye oturup kahve içmeye karar verdim.

Şehir merkezlerinde rastlayacağınız pazarlarda (Medina), hediyelik olarak, evlerde bulundurulması uğurlu sayılan kuş kafeslerinden, mozaik tablolardan, deri çanta, ayakkabı vs satın alabilirsiniz. Tunus'un hurması da meşhurmuş ama o kadar Pazar gezmemize rağmen hurma satan kimse görmedik. Bunların haricinde, Tunus kilimleri, Tunus porselenleri ve Tunus'un geleneksel kıyafetleri de ilginizi çekebilir.

Bourghiba Camii' nin karşı çaprazında Cafe Restaurant Alhambra diye bir yer buldum, oturup, cafe latte söyledim. Sonra da etrafı seyre koyuldum.

Tunus'un resmi dini müslümanlık olmasına rağmen hiç çarşaflı kadın görmedim. Şalvar giyen, sakal bırakıp, takke takan adam da görmedim. Bırakın çarşafı, başı kapalı kadın bile çok az gördüm. İnsanları çok candan, misafirperver ve güleryüzlü. Sorun olduğunda mümkün olduğunca yardımcı olmaya çalışıyorlar. Temizler, yerlerde çöp yok.

1 saate yakın bir süre oturup kahve içtikten sonra cami önünde bize bakınan annemleri gördüm. O sırada babam da camiiden çıkınca toplanmış olduk. Monastir'de yapacak bir şey kalmayınca Sousse'ya geri dönmeye karar verdik. Akşam karanlıkta her yer kapalı olduğu için gezememiştik. Şimdi gündüz gözüyle görelim dedik.

40 dakikalık bir yoldan sonra Medina Sousse' ye vardık.

Eski şehrin yani Medina Sousse' nın etrafı komple surlarla çevrili ve içerisinde yerleşim yeri var. Bizim Yedikule gibi düşünün. Ama Sousse'daki surlar çok bakımlı ve güzel. Ribat'a yakın olan bir kapıdan Medina'ya girip gezmeye başladık. Bizim giriş yaptığımız kapının

orada Pazar kuruluydu. Giyim, meyve, ayakkabı vs. satılıyordu tezgahlarda. Pazarı geçtikten sonra Sousse Ribat'a vardık. İçini gezmek için bakındık ama o saatlerde kapalıymış. O yüzden içeri giremedik. Etrafında dolanırken yaşlı bir amca yanıma geldi ve oranın ne olduğunu bilip bilmediğimi sordu. Ribat cevabını alınca da, kendisinin oranın restorasyonunu yapan mimar olduğunu söyledi. Hatta biraz yukarı bir tarafta bir köprü olduğunu, oraya çıktığımda Ribat'ın gün ışığıyla birlikte renk değiştirdiğini göreceğimi söyledi. Sohbet çok güzeldi ancak o sırada bizimkiler beni bırakıp ilerlediği için peşlerinden koşmam gerekti.Medina Sousse çevresinde gezilebilecek bir çok yer var; Sousse Ribat, Grande Mosquée de Sousse, Kobba (Musee el Kobba) Geleneksel kostümler ve mumya müzesi, Sousse Archaeology Museum vs. Medina Sousse' da dolaşıp, akşam yemeğini de yedikten sonra otelimize geri döndük.

Ertesi gün, otelin resepsiyonundan satın aldığımı tekne turuna çıktık.

Gezi teknesi, Marina Port el Kantaoui' den kalıyor. 20 dakikalık yolculuğun ardından Marina Port el Kantaoui'ye vardık ve eski tip korsan gemisindeki

Günün geri kalanını da Hammamet'de geçirmeye karar verdik

yerlerimizi aldık. Ben gemiye bayıldım. Bakımlı, tertemiz, süslü püslü bir korsan gemisi. Çok geçmeden gemi hareket etti ve aheste aheste yol almaya başladık. Etrafta görülesi pek bir şey olmadığı için insanlar sıkılmasın teknede animasyon hazırlamışlar. 3 tane genç önce dans etmeye başladılar. Çocuklar bir çok kadından daha güzel dans ediyordu. Sonrasında çeşitli şakalardan oluşan şovlar yaptılar. En son da iki tane yılan ile gösteri vardı. Ardından tabldot şeklinde dağıtılan, balık, salata ve pilavımızı yedikten sonra denize girme molası verildi. Ancak hava rüzgarlı olduğu için kimse denize girmedi. Yaklaşık 4 saat süren gezinin ardından limana döndük.Günün geri kalanını da Hammamet'de geçirmeye karar verdik.

Hammamet, Güzel Bahçeler Şehri demekmiş. Tunus'a 65 kilometre mesafede bulunan Hammamet tam bir tatil beldesi. Bizim Ege bölgesi gibi, muhteşem plajları veberrrak deniziyle insanı cezbediyor.

Tunus deyince herkesin aklına hep çöl gelir fakat Hammamet şehrinin dört bir yanındaki çeşit çeşit çiçekleri ve ağaç türleri bu algıyı yıkıyor. Şehirde dolanırken zeytin, portakal ve limon ağaçlarının kokusu insanı mest ediyor.

Hammamet şehri, eski mimarisi ve köklü tarihi, ihtişamlı bahçeleri, lüks retoranları, upuzun ve tertemiz plajları ve masmavi deniziyle muhteşem bir tatil için ideal bir adres. Akşama kadar dolandıktan sonra tekrar Marina Port el Kantaoui'ye döndük. Niyetimiz marinada oturup bir şeyler içmek ve gezinmek. Çünkü oradaki marinaları da bizim marinalar gibi sanıyorum. Fakat Marina Port el Kantaoui' ya vardığımızda etrafta in cin top oynuyordu. Tunus'ta akşamları pek bir hareket yok anlaşılan. Bizim moraller bozuk vaziyette otele döndük tabii.

Ertesi gün de kahvaltımızı ettikten sonra Sousse' nın serin sularına bıraktık kendimizi. Deniz sefası da yaptıktan sonra evimize dönmek üzere Kartaca havaalanına doğru yola çıktık. Uçağın kalkmasına epey vakit olduğu için de Tunus' taki Habib Bourguiba Bulvarını gezme şansımız oldu.

Kadınlar mobil oyunları sevdi...

Her ay aktif olarak oyun oynayan kişilerin sayısı 30 milyon. Yani Türkiye nüfusunun neredeyse yarısı oyun oynuyor. ByNoGame'in kurucusu Can Kömürcü, yakın gelecekte dijital oyunların dizilerin önünü keseceğini söylüyor.

Üreticilerin iştahını kabartan Türkiye oyun pazarı 600 milyon dolar seviyesinde büyüklüğe sahip. Her ay aktif olarak oyun oynayan kişilerin sayısı 30 milyon. Yani Türkiye nüfusunun neredeyse yarısı oyun oynuyor. Her yıl yaklaşık yüzde 7 oranında büyüme kaydeden Türkiye oyun pazarının 2020'de 2 milyar dolarlık hacme ulaşması bekleniyor.

110 milyar dolar büyüklüğe sahip olan dünya oyun pazarının, 40 milyar dolarını mobil oyunlar oluşturuyor. Mobil piyasasının pastadaki payının büyük olması akıllı telefon kullanımının, mobil oyunlardaki kalitenin ve çeşitliliğin artmasından, tabletlerin popülerliğini kaybetmesinden, telefonun her yere taşınabilen bir cihaz olmasından kaynaklanıyor. Ancak PC oyunları da popülerliğini korumaya devam ediyor.

Oyuna parayı en çok erkekler yatırıyor

Türkiye'de genç nüfusun çoğunlukta olması nedeniyle dijital oyun kültürü son derece yaygın. VR (Virtual Reality / Sanal Gerçeklik) yeni trendler arasında en popüler olanı. Ancak oyuncuların çoğu klasik bir şekilde oyun oynamayı seviyor. Türkiye'deki oyuncular P2P (ücretli) yerine, F2P (Ücretsiz) oyunlarda daha çok zaman geçiriyor. Aktif bir şekilde mobil oyun oynayan kullanıcıların büyük bir bölümü tek bir oyunla yetinmiyor. Kullanıcıların yüzde 85'i en az iki veya daha fazla oyunu aynı zamanda oynuyor. Oyunlara en çok parayı ise 12 ile 30 yaş aralığındaki erkekler yatırıyor.

E-pin, CS:GO Skin-Key, Knight Online gold bar ve item alım satımlarında Türkiye lideri ByNoGame'den alışveriş yapanların yüzde 96'sı erkek. Site üzerinden en çok satılan dijital oyun ürünü ise CS: GO Counter-Strike: Global Offensive. ByNoGame'in kurucusu Can Kömürcü oyun üreticilerinin kadınları da hedeflemesi gerektiğini düşünüyor: "Birçok oyun riske girmemek için erkeklere yönelik yapılıyor. Çünkü pazara ağırlıklı olarak erkekler para harcıyor. Örneğin oyunlarda yaygın olarak seksi kadın figürleri kullanılıyor. Bu da erkek oyuncuların ilgisini çekebiliyor. Kadınların becerilerine hitap edecek oyunlar yapılırsa pazar daha da büyür. Ancak bu alana çok büyük paraların ayrılması gerekiyor."

PC'de maskülen hakimiyet devam ederken, mobil oyun sektöründe kadın erkek oranı neredeyse kafa kafaya gelmiş gibi gözüküyor. Mobil oyuncuların yüzde 51.6'sını kadın kullanıcılar oluşturuyor. Genel olarak PC ve konsol oyunları denildiğinde erkek kullanıcıların üstünlüğü göze çarpıyor. Kadın kullanıcılar daha çok zaman geçirmek ve stres atmak için, bulmaca türü oyunlar oynamayı tercih ediyor.

Sadece oyun oynayanlar değil yayıncılar arasında da artık kadınları görmek mümkün. Ancak sektördeki kadın yayıncı sayısı bir elin parmaklarını geçmiyor. Can Kömürcü: "Bizim kullanıcılarımızın yüzde 95'i Türkiye'den, yüzde 5'i ise yabancı. Aynı oran erkek ve kadın kullanıcıda da geçerli. Duygu Köseoğlu, Süpürgesiz Cadı, Ruthless Ladies, Fionamed gibi birkaç kadın yayıncımız var; ama sayıları maalesef çok az. Kadınların bazı konularda dikkatleri ve yetenekleri çok kuvvetli. Örneğin Maserati otomobilleri fabrikadan son çıkış bandında sadece kadın mühendislere emanet ediliyor. Çünkü milimetrik incelemeleri daha titiz yapıyorlar ve hata bulma konusunda bir üstünlükleri var. Kısacası kadınların bu yanları gözetilerek çeşitli oyunlar tasarlanabilir. Kadınların ilgisini çekecek oyunlara yatırım yapanlar bunun meyvelerini çok daha fazla toplarlar. Kadın sayısı artarken erkekler azalmayacağı için pasta her koşulda büyümüş olur." diyor.

ByNoGame'in kurucusu Kömürcü, önümüzdeki iki yıl içinde, oyun sektöründe inanılmaz bir değişim bekliyor. Sanal Gerçeklik (Virtual Reality) ve 3 Boyutlu Baskı teknolojilerinin sektörde ciddi gelişmelere sebep olacağını kaydeden Kömürcü: "Türkiye'deki internet kullanıcılarının en çok ziyaret ettiği 300 siteden birisiyiz. On yıllık süreçte satıcılarla oyuncular arasında mükemmel bir köprü olduk. Avrupa'nın en prestijli listesi Red Herring Top 100'e adımızı yazdırmayı başardık ve Avrupa'nın en iyi 100 şirketi arasına girdik.

LOL Türkiye Büyük Finali...

League of Legends Türkiye Büyük Finali'nin Son Biletleri 31 Temmuz'da Satışta.19 Ağustos Cumartesi günü Ülker Sports Arena'da, League of Legends Şampiyonluk Ligi'nin zirvesini belirleyecek olan 2017 Türkiye Büyük Finali'nin ikinci ve son grup biletleri, 31 Temmuz'da satışa sunulacak.

Etkinliğin ilk grup biletleri LoL ve espor tutkunlarının yoğun ilgisiyle karşılaşmış ve birkaç gün içinde tükenmişti.

19 Ağustos Cumartesi günü Ülker Sports Arena'da gerçekleştirilecek olan Türkiye'nin en büyük espor etkinliği League of Legends Türkiye Büyük Finali'nin ikinci ve son grup biletleri 31 Temmuz Pazartesi günü satışa sunulacak. Her yıl on binden fazla League of Legends ve espor tutkununu aynı mekânda buluşturan, milyonlarca izleyiciyi de ekran başına toplayan dev etkinliğin 19 Temmuz'da satışa sunulan ilk grup biletleri birkaç gün içinde tükenmişti. İkinci grup biletlerin tükenmesinin ardından etkinliğe dair bilet satışları da tamamlanmış olacak.

İzleyicilerin sahne görüş açısına göre iki farklı kategoride tercih edebileceği biletlerin fiyatı birinci kategori için 40 TL, ikinci kategori için 30 TL olarak belirlendi.

Lig aşaması, çeyrek final ve yarı final aşamalarının ardından finale yükselen en iyi iki takımın mücadele edeceği dev etkinlikte beş maç üzerinden gerçekleşecek final karşılaşmasından zaferle ayrılan ekip, TBF 2017 Şampiyonu unvanıyla ülkemizi Dünya Şampiyonası'nda temsil etme hakkı kazanacak.

E-Sporun "Süper Kupası" Wolfteam...

Netmarble Türkiye, Wolfteam için Türkiye'de ilk defa yapılacak ve şampiyon takımları bir araya getirecek bir organizasyona imza atmaya hazırlanıyor.

Futbolda Şampiyonlar Ligi Kupası ve Avrupa Ligi Kupası kazanan iki takımı karşı karşıya getiren Süper Kupa uygulamasını e-spor alanına taşıyan ve dünyada çeşitli isimlerle anılan şampiyon takımların maçı tüm dünyada büyük ilgi görüyor.

Netmarble EMEA Pazarlama ve Mobil Dirketörü Aras Şenyüz, Türkiye'de son iki yıldır e-spor alanına önemli yatırımlar yaptıklarını ve pek çok ilki gerçekleştirmek üzere yeni projeleri hayata geçirmek için hazırlıklarını sürdürdüklerini aktardı. Wolfteam Düello: Zirve adını verdikleri maç için Wolfteam Yıldızlar Ligi 1. Sezonunun şampiyon takımı Galakticos ile Türkiye'nin en popüler Wolfteam oyuncusu Furkan "BLoodRappeR" Çinici'nin kaptanlığını yaptığı 1907 Fenerbahçe takımlarının karşılaşacağını söyledi. Şenyüz şöyle devam etti:"Bu maçların dünyadaki örneklerine baktığımızda hem takımlar hem de izleyiciler arasında büyük bir heyecan fırtınası yaşanıyor. 2 Ağustos Çarşamba günü organize edeceğimiz mücadelede kazanan takım 10 bin TL'lik ödülün sahibi olacak. Bu organizasyonları düzenli

olarak her yıl gerçekleştirerek dünyadaki benzerleri gibi tüm yıl boyunca beklenecek bir maç haline getirmeyi hedefliyoruz. İki takımın nefes kesecek mücadelesini ise Twitch.com/wolfteam üzerinden yaklaşık 100.000 kişinin izleyeceğini tahmin ediyoruz. Tüm Espor severleri de bu heyecanlı maçı izlemek için ekran başına bekliyoruz"

Wolfteam:Zirveile ilgili son gelişmelerive duyuruları www.facebook.com/wolfteamespor adresinden takip edebilirsiniz.

PIRELLI 2018 Takvimi...

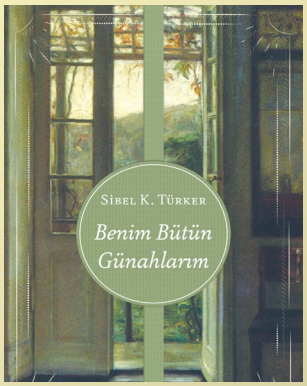
Pirelli Takvimi'nin 45. Sayısının Londra'da gerçekleştirilen çekimlerinin sahne arkası fotoğrafları ve videoları gün yüzüne çıktı. İngiltere'nin en ünlü moda fotoğrafçılarından biri olan Tim Walker tarafından çekilen ve Vogue editörü Edward Enninful tarafından tasarlanan çekimlerin teması "Alice Harikalar Diyarı" oldu.

Resmi olarak 1964 yılında doğan takvimin 45. sayısı olan 2018 edisyonu, Tim Walker tarafından çekildi. İngiliz fotoğrafçının çekimlerini Londra'da gerçekleştirdiği takvim, Alman fotoğrafçı Peter Lindbergh'in imza attığı 2017 edisyonunun ardından geldi.

John Tenniel'in illüstürasyonları ve Lewis Caroll'un orijinal kitabından esinlenerek hayata geçirilen Alice Harikalar Diyarı konseptinin seçilmesinin arkasındaki neden ise: "Herhangi bir kız kendi masallarına sahip olmalıdır".

Pirelli 2018 Takvimi'nin dikkat çekici bir diğer özelliği ise tüm yetenekler Afrika kökenli isimlerden oluşuyor. Pirelli Takvimi tarihinde bu bir ilk değil. 1987 tarihinde çekimlerde de sadece Afrika kökenli yetenekler ile çalışılmıştı. Naomi Campbell, RuPaul, Whoopi Goldberg, Adwoa Aboah, Lupita Nyong'o, King Owusu, Alpha Dia ve Puff Daddy gibi ünlü isimlerin yer aldığı Pirelli 2018 Takvimi'nde Alice rolünü Sudan asıllı Avustralyalı manken Duckie Thot üstleniyor.

Benim Bütün Günahlarım...



İlk kez 2010 yılında yayımlanan Benim Bütün Günahlarım, Sibel K. Türker'in okurlarının başucu kitaplarından biri. Yalnızca özgün anlatımı ve hikâyesiyle değil, okuru sürüklediği derin kaygılarla da yaşadığımız günlerin mutlak okunması gereken romanlarından.

Romanın anlatıcısını, yaşamının iplerini tümüyle bırakmış bir halde, bir otel odasında buluyoruz. Yanında adeta cisimleşmiş, Sorum adını verdiği alt kişiliğiyle birlikte. Böylece daha ilk satırlarda kendimizi, bu romanın asıl kişisine, anlatıcı yazarına bitmek bilmez sorular sorarken buluyoruz: Geçmişimiz peşimizi kolay kolay bırakır mı?

Benim Bütün Günahlarım, kimlikle, gelenekle, toplumsal olaylar karşısında aldığımız tavırla ilgili bakışlarımızı sarsan, sorgulayan, okurunu rahatsız etmeyi başaran bir roman.Roman Can Yayınlarından çıktı.

Modern Satış Yönetimi ve Liderlik...

DBA Consulting Eğitim ve Danışmanlık şirketinin kurucusu, danışman, akademisyen ve yazar Yücel Uygun, şirketlerin hayatta kalmasına ve uzun ömürlü olmasına katkı sağlayacak püf noktaları içeren, 'Modern Satış Yönetimi ve Liderlik' isimli ikinci kitabını okuyucularla buluşturdu. İş profesyonelleri için; öğretici, düşündürücü ve motive edici öğeler içeren eserinde Uygun, okuyucusuna "Coşku dolu satış başarılarına imza atmak için, satış yönetimi ve liderlik ilkelerini, insan sevgisi ve empati anlayışıyla birlikte yürütmek, sürdürülebilir bir satış organizasyonu için ise, satışta çok önemli yeri olan 'tutku'nun ekibe aşılanmasını sağlamak gerekir." diyor.

Contemporary Istanbul...

Her yıl İstanbul'u uluslararası sanat merkezlerinden biri haline getiren Contemporary Istanbul (CI) çağdaş sanat fuarı, Eylül 2017'de Akbank'ın desteğiyle gerçekleştirilecek olan 12. edisyonu için katılımcı listesini açıklıyor.

CI, 11 yıldır Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen galerilerinin, sanatçılarının, kurum ve kuruluşlarının yanı sıra, koleksiyonerlerive sanatseverleri İstanbul'da bir araya getiriyor.

Çağdaş sanatı odak noktasına alarak Türk sanatını dünya sanatıyla buluşturan ContemporaryIstanbul, bu yıl geçtiğimiz senelerden farklı olarak Kasım ayı yerine 15. İstanbul Bienali ile birçok sanat kurumunun ve galerisinin sergileriyle eş zamanlı olarak 14-17 Eylül 2017 tarihleri arasında gerçekleştiriliyor.

Akbank desteği ve Ferko Ortak Sponsorluğunda İstanbul Kongre Merkezi ve İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı'nda düzenlenecek olan fuar, pek çok yenilikle yerli ve yabancı sanatseverlerin karşısına çıkmaya hazırlanıyor.

Alaşehir "Âlâ Akşamlar"...

Alaşehirliler bir yandan açık hava sineması keyfini yaşarken, öte yandan Türk sinemasının sultanı Türkan Şoray'ı ağırlayacak. Ünleri tüm dünyaya yayılan opera sanatçıları Hakan Aysev ve Levent Gündüz ile yerel ezgileri mırıldanırken, Sunay Akın'ın stand-up gösterisiyle gülümseyecek. Ödüllü ses ve yemek yarışmalarına, konserlere, bağlarda yoga ve meditasyon etkinliğine, çocuklar için bilim atölyesine katılıp Ediz Hun ve "Traktörünü Satan Bilge" Tanfer Dinler'i selamlayacak.

Eşsiz tarihi ve kültürel geçmişi, harika doğası ve başta Sultaniye üzümü olmak üzere özgün ürünleriyle Manisa'nın, Ege'nin ve Türkiye'nin "âlâ" şehri Alaşehir'de bu yaz bir başka güzel geçecek. Alaşehir Belediyesi'nin "Âlâ Akşamlar" başlığıyla 4 Ağustos-30 Eylül 2017 tarihleri arasında gerçekleştireceği yaz etkinliklerine yıldızlar yağacak.

Üzümün ve kardeşliğin kenti Alaşehir'de halkın refahının ve mutluluğunun kendileri için çok önemli olduğunu vurgulayan Alaşehir Belediye Başkanı Dr. Gökhan Karaçoban, "Göz bebeğimiz Alaşehir'den önce tüm Türkiye'ye, sonra da dünyaya yayılmasını arzuladığımız hayallerimiz var. Bizim heyecanımız bu 'âlâ' şehrin değişimini ve gelişimini sürekli kılmaktır. Âlâ Akşamlar'da hep birlikte el ele, gönül gönüle olacağız" açıklamasında bulundu.

"Âlâ Akşamlar"ın bir başka sürprizi ise müzikle içli dışlı Alaşehirlileri çok sevindirecek olan "Âlâ Sesler Yarışması." Sesine güvenen herkese açık olan bu yarışmanın ardından bir de yemek yarışması hayata geçirilecek. "Üzümlü Lezzetler Yarışması"na elinin lezzetine güvenen maharetli kadınlar ve aşçılar katılabilecek.

Güzellik detaylarda gizlidir

Doğayı paylaşın ki insanlık yaşasın

Eksantrik
Prodüksiyon Express
Post-Prodüksiyon
http://www.eksantrik.com

Büyük, küçük iş yoktur.
Her iş önemlidir.

Bir ***Ekşioğlu Medya Grup*** kuruluşudur.